

ЛІНГВОДИДАКТИКА

УДК 811. 111(07)+81'42

Л. І. МОРСЬКА

СУТНІСТЬ І ВИЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ПРОФЕСІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Досліджено проблему стратегічності ініціомовного спілкування з позиції дискурсної лінгвістики та лінгводидактики. Така необхідність зумовлена певними відмінностями використання учасниками спілкування комунікативних стратегій при вирішенні професійних комунікативних завдань, які можна поділити на макро- і мікростратегії. Запропоновано дефініційний аналіз поняття «стратегія», досліджено сутнісні ознаки комунікативних стратегій у професійному дискурсі, наведено приклади використання стратегічного мовлення у медіа, політичному, юридичному та етнічному дискурсі.

Ключові слова: комунікативна стратегія, професійний дискурс, макростратегії, мікростратегії.

Л. И. МОРСКАЯ

СУТЬ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

Исследовано проблему стратегического иноязычного общения с позиции дискурсивной лингвистики и лингводидактики. Такая необходимость обусловлена рядом различий в использовании участниками коммуникации стратегий в решении профессиональных коммуникативных задач, которые можно разделить на макро- и микростратегии. Предложен анализ дефиниции понятия «стратегия», исследованы существенные признаки коммуникативных стратегий в профессиональном дискурсе, поданы примеры использования стратегической речи в медиа, политическом, юридическом и этническом дискурсе.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, профессиональный дискурс, макростратегии, микростратегии.

L. I. MORSKA

THE ESSENCE AND DEFINITION OF COMMUNICATIVE STRATEGIES IN PROFESSIONAL DISCOURSE

The problem of strategic speech from the perspective of Discourse Linguistics and Linguodidactics has been investigated in the article. Such necessity is predetermined by a few differences in the use of communicative strategies by communicants while solving their professional communicative tasks. The strategies can be subdivided into macro and micro strategies. The definition analysis of the notion "strategy" has been carried out, the core peculiarities of communicative strategies in professional discourse have been studied, the examples of the use of strategic speech in media, political, law and ethnic discourse have been suggested in the article.

Keywords: communicative strategy, professional discourse, macro strategy, micro strategy.

Підвищений інтерес лінгвістики і лінгводидактики до комунікативної прагматики призвів до зосередження уваги дослідників до динамічного вивчення використання мовних засобів, що реалізують індивідуально-особистісний, мотиваційний (мотиви і цілі) та ситуативний аспекти повідомлення. Вивчення специфіки комунікативної поведінки в різних соціальних сферах, тобто різних намірів, комунікативних стратегій їх досягнення і своєрідності їх вербального втілення у представників як одного соціуму, так і інших інокультурних соціумів з метою реалізації глобальної стратегії партнерства і співпраці усередині однієї культури та між

культурами стає одним з домінуючих напрямів досліджень в сфері комунікативної лінгвістики і лінгводидактики.

Необхідність вивчення лінгвістикою і лінгводидактикою проблем міжкультурної ділової комунікації зумовлена бурхливим зростанням міжнародних зв'язків і значним підвищенням інтересу вчених до проблем вивчення іноземних мов широким колом фахівців-нелінгвістів для вирішення своїх професійних завдань.

Актуальність дослідження визначається необхідністю вивчення вербального забезпечення взаємодій співрозмовників у процесі професійної співпраці, яка передбачає наявність у них умінь і навичок вибору адекватної стратегії ведення професійного дискурсу і структуризації найбільш типових ситуацій професійної взаємодії (встановлення особистих контактів, ведення телефонних розмов, обмін діловою кореспонденцією, проведення презентацій, нарад і зборів, переговорів) з врахуванням соціокультурної специфіки ділового партнера.

У діловій співпраці партнери у спілкуванні, як правило, реалізують фактичну, інформаційну та впливову інтенції за допомогою різнорівневих мовних засобів, мовних умінь і комунікативних навичок, що визначаються нормами й етикою ділової комунікативної поведінки.

Останнім часом значно складнішою і багатокомпонентною стала виробнича сфера спілкування. Широко розвинулись економічна, управлінська, комерційна, правова галузі професійної діяльності, що зумовлює необхідність опанування майбутніми фахівцями навичками професійної культури як значимим компонентом професійної міжкультурної комунікації.

Специфіка соціальної взаємодії, що змінилася під впливом часу, в міжкультурному аспекті виявила нові компоненти змісту навчання, зокрема засвоєння нових професійних «ролей», наприклад: організатора спільного виробництва, бізнес-секретаря, дистриб'ютора іноземної фірми, секретаря-референта, менеджера, який вміє вести переговори і укласти контракти з представниками іншої культурно-мовної спільноти, тощо.

У зв'язку з розширенням міжкультурних професійних контактів зростає потреба суспільства у фахівцях різного профілю, котрі володіють іноземними мовами. Проте опанування іншомовним кодом, що дає змогу успішно здійснювати міжкультурну професійну взаємодію, передбачає оволодіння і професійно значущими концептами інофонної культури, які зумовлюють специфіку суспільної і ділової поведінки, детермінуються під впливом історичних традицій і звичаїв, способом життя і т. д. Лінгвосоціопсихологічні і культурологічні знання про іншомовний соціум, що створюють широкий контекст міжкультурного спілкування, формують перцептивну готовність до ефективного міжкультурного ділового спілкування і, отже, до міжнародного професійного співробітництва.

До теперішнього часу дослідження проблем професійної комунікації зачіпало переважно її лексико-стилістичний аспект [7], але не було пов'язано з аналізом когнітивних аспектів організації професійної комунікації, яким може бути, зокрема, розробка і побудова системи фреймів, що складають ситуації ділової співпраці, з виявленням в них загального і приватного, основного і периферійного, залученням до аналізу знань та уявлень іномовних співрозмовників про світ з метою прогнозування їхньої реакції і поведінки, передбачення розвитку подій і вибору комунікативної стратегії.

Визначений нами міждисциплінарний підхід передбачає інтерпретацію наукового знання в таких галузях, як лінгвістика, соціологія, психологія, культурологія тощо, спрямований на вивчення ситуацій встановлення ділових іншомовних контактів, інтенцій партнерів і, як наслідок, можливих стратегій комунікативної поведінки в діловому спілкуванні, їх мовного втілення, а також можливих результатів співробітництва з урахуванням типів співрозмовників як представників певного інокультурного соціуму. Перелічені вище підходи дали змогу описати й зіставити моделі комунікативної поведінки представників різних соціумів у представників різних спільнот у процесі налагодження ділових іншомовних контактів.

Вивчення стратегій комунікативної поведінки представників ділового англосовієтського соціуму, їх лінгвосоціопсихологічних і культурологічних особливостей сприяє залученню «носіїв» мови до концептуальної системи, картини світобачення, ціннісних орієнтирів носіїв

іноземної мови, зменшення міжкультурної дистанції між представниками різних соціумів і зрештою – формуванню мовної особистості, що володіє основами ділового міжкультурного спілкування, вихованню її готовності адаптуватися до ділової культури іншого народу, іншого соціокультурного контексту взаємодії з метою вироблення оптимальної стратегії професійної іншомовної співпраці.

Мета статті полягає в розробці типології комунікативних стратегій поведінки партнерів у сфері ділового міжкультурного спілкування з урахуванням соціопсихологічних, культурологічних і мовних чинників комунікації, а також в побудові класифікації фреймів ситуацій професійної міжкультурної взаємодії як методологічної основи для створення і використання в процесі навчання комплексу (системи) вправ, спрямованих на розвиток у студентів навичок і вмінь встановлювати і розвивати іншомовні ділові контакти з партнерами – представниками іншої соціокультурної та мовної спільноти.

Поняття «стратегія» введене в інструментарій лінгвістики, лінгводидактики і соціолінгвістики відносно недавно і визначається по-різному залежно від цілей і парадигми дослідження. Воно екстрапольоване в лінгвопрагматичні дослідження з інших наук (військової справи, політики), пов'язаних з плануванням і цілеспрямованою діяльністю.

Найбільш загальноприйняте і часто цитоване в лінгводидактиці визначення стратегії подали С. Фаєрх і Дж. Каспер, для яких стратегія – це усвідомлений план вирішення проблеми, досягнення певної комунікативної мети [10].

Е. Тароне пропонує наступні характеристики комунікативної стратегії: мовець має мету повідомити інформацію слухачеві; мовець вважає, що необхідна для передання змісту повідомлення лінгвістична або соціолінгвістична структура у слухача відсутня; мовець планує або відмовитися від спроби передати інформацію слухачеві, або спробувати передати її іншими засобами. Як приклад комунікативних стратегій вчений наводить такі компенсаторні стратегії в мовній взаємодії між носіями і неносіями мови: різні види парафраза, запозичень, дослівний переклад, звернення за допомогою, відмова або відхід від теми при різних формах мовного незнання, перемикання на рідну мову (вербальні стратегії), міміку (невербальні стратегії) [16].

Ш. Робертс, дотримуючись сталого визначення стратегічної компетенції як здатності користуватися комунікативними стратегіями для ведення розмови і її корекції [9], розглядає компенсаторні стратегії (види парафраза, звернення за допомогою) в дещо іншому ракурсі, – як спосіб формування комунікативної особистості студента [14]. Від себе зазначимо, що перелічені вище стратегії називають компенсаційними (компенсаторними), оскільки вони співвідносяться з тактикою, методами компенсації комунікативних помилок.

Підставою для лінгводидактичної класифікації стратегій, запропонованої М. Лутьєхармс, є міра усвідомленості їх застосування співрозмовниками. Автор розуміє стратегію як спосіб досягнення мети в процесі навчання, і для вирішення проблем («strategy is a procedure to achieve a goal like learning or problem solving»), та визначає навчальні, компенсаційні і формувальні стратегії [12, с. 35]. Він розрізняє їх за ступенем усвідомленості вживання – від повністю усвідомленої діяльності до автоматичних дій. Навчальні стратегії використовуються для презентації знання, структуризації і співвідношення інформації в пам'яті; вони узагальнюють, трансформують, спрощують уявлення про інформовані явища, спрямовані на організацію знань і здійснюються у вигляді підсвідомих або неусвідомлюваних процесів.

Компенсаторними стратегіями учасники комунікативної взаємодії користуються усвідомлено для виходу з комунікативних невдач: звернення за допомогою, використання словника, жести, здогадка тощо, а також лінгвістичні прийоми (парафраза, описова номінація), перемикання коіви (перехід з іноземної мови на рідну), створення нових слів тощо. Цими стратегіями користуються автоматично, але усвідомлено, оскільки вони є інтерлінгвістичною трансформацією: вгадування значення тієї частини інформації, що зрозуміла, або упушення недоступної для розуміння частини інформації.

Стратегії формування комунікативної особистості студента перебувають на більш високому рівні усвідомленості, оскільки їх використання можна планувати. Макростратегія запам'ятовування, наприклад, включає різні мікростратегії (полегшуючий доступ і зберігання інформації в пам'яті: промовляння, повтор, імітація, огляд, реферування, заучування і т. д.), що є по суті прийомами психології засвоєння.

Усвідомлене використання повчальних і компенсаторних стратегій, конструктивна робота з помилками, оцінка власних труднощів і досягнень, моніторинг мовленнєвої поведінки, сфокусований на специфічних труднощах, співпраця з іншими студентами, використання здобутих знань з практики іншомовного мовлення – все це форми макростратегій формування комунікативної особистості студента. Таке розуміння стратегії співзвучне визначенню її в методиці: якщо «метод» — це тактична модель процесу навчання, то «підхід» можна розуміти як стратегію навчання іноземної мови [4, с. 13].

А. Луукас відносить навчальні стратегії до когнітивних методів навчання, розуміючи під ними планування, контроль та оцінку знань самими студентами. Автор вказує, що стратегія співвідноситься із завданнями навчання і тісно пов'язана з підходом до навчання [13].

У роботах С. Фаєрха, Дж. Каспера, Е.Тароне, Ш.Робертс аналіз й інтерпретація поняття стратегії здійснюється з позиції психологопедагогічного підходу, не зачіпаючи практичних цілей комунікантів, а багатоаспектні проблеми інтерактивного дискурсу зводяться винятково до корекції мовленнєвої взаємодії, тобто компенсаційних стратегій (вербальних і невербальних способів заміни незрозумілих (нерозпізнаних) мовних сигналів адекватнішими формами при передачі інформації), залишаючи поза увагою такі істотні сторони дискурсу, як його організація, структура, механізми і способи впливу на партнера з метою вирішення професійних завдань.

Незважаючи на узагальнене визначення стратегії як способу досягнення мети в процесі навчання і вирішення інших проблем, М. Лутьєхармс виокремлює стратегії корекції інтерактивного дискурсу. Останні типи стратегій, які автор відносить до своєї таксономії, – навчальні і виховні, корелюють швидше з методами і принципами навчання, а не інтерактивним дискурсом. До методів навчання можна віднести і когнітивні стратегії, пропоновані А. Луукас: планування, контроль й оцінка знань.

Дещо інше розуміння стратегії знаходимо в науці про мову й наукових розробках проблеми створення штучного інтелекту, де поняття «стратегія» не має однозначного визначення. Це пов'язано зі складністю і багатоаспектністю предмета дослідження – інтерактивного дискурсу.

Оскільки дискурс – «складне комунікативне явище, що включає, крім тексту, й екстралінгвістичні чинники (знання про світ, думки, установки, цілі адресата), необхідні для розуміння тексту» [6, с. 144], а і стратегії, до яких вдаються співрозмовники в інтерактивному дискурсі, орієнтовані на різні його аспекти і рівні, тому під стратегією розуміють:

- характеристики спілкування, що визначають зміст "підходу" до розуміння партнера у спілкуванні [5, с. 313], а отже, форму тексту (наказ, рада, загроза, прохання та ін.);
- когнітивний план спілкування, який контролює оптимальне вирішення завдання гнучким і локально керованим способом [3, с. 174];
- план оптимальної реалізації комунікативного наміру, котрий за умови обліку об'єктивних і суб'єктивних чинників та умов визначає внутрішню і зовнішню структуру повідомлення [16, с. 52];
- механізм, що використовується для синтезу різних жанрів тексту і задає відповідну організацію тексту, яка забезпечує ефективну передачу специфічних цілей повідомлення [5].

У запропонованих визначеннях загальними сутнісними характеристиками поняття «стратегія» є: 1) його когнітивна сутність; 2) залежність від практичної мети і комунікативного наміру; 3) залежність від контексту ситуації і психологічних характеристик (портретів) учасників спілкування; 4) визначальний вплив на зовнішнє (риторико-композиційне) і внутрішнє (семантичне, лексичне, синтаксичне, стилістичне) оформлення тексту.

Подані вище визначення стратегії відрізняються орієнтованістю на вивчення різних аспектів текстової діяльності і репрезентують різні напрями дослідження. Науковці значну увагу приділяють розробці класифікації стратегій досягнення практичної мети спілкування, явищу механізму впливу на партнера у спілкуванні через систему релевантних прагматичних параметрів. Спосіб впливу на психологічні параметри партнера і визначає стратегію досягнення практичної мети в процесі комунікативної взаємодії, однак дослідник не звертають увагу на такі аспекти, як організація тексту і його мовні параметри.

У розвідках Т. А. ван Дейка функціональна орієнтованість, багаторівневість охоплення практичних, і теоретично-комунікативних параметрів ситуаційних моделей дискурсу

(індивідуальний досвід, установки та наміри, відчуття й емоції комунікантів) і паралельність процесів обробки інформації забезпечують стратегічному підходу гнучкість, ефективність, динамізм. Проте відсутність чітких підстав виокремлення різних типів стратегій (глобальних, макро- і мікстратегій, соціокультурних, комунікативних, риторичних, дискурсивних, граматичних, стилістичних, семантичних тощо) створюють для дослідника певні труднощі у спробі створення їх ієрархії або таксономії.

Чимало науковців відзначають значення стратегії як головного чинника формування «внутрішнього», семантичного змісту тексту, його фонологічного, лексичного, синтаксичного, стилістичного, композиційного оформлення. За достатньої змістовності і чіткості такого розуміння стратегії воно все таки не враховує достатньо динамічних характеристик стратегічного типу діяльності, передусім реалізацію практичних цілей взаємодії і способи впливу на співрозмовника, структурування тексту і його інтерпретацію комунікантами в процесі реалізації зазначених цілей.

Д. Маккьюїн розробляє дискурсивні стратегії, які визначаються і структуруються в текстах таких жанрів як опис, визначення, порівняння. Звівши предикативні моделі до чотирьох схем (ідентифікації, складу, атрибутивності і зіставлення), автор аналізує, які схеми і стратегії використовуються для побудови вказаних типів тексту. Так, схема ідентифікації відображає стратегію формування визначення; схема зіставлення – стратегію опису основної сутності тексту через порівняння з негативним уявленням про нього. Структуризація однієї і тієї ж інформації комунікантом може відбуватися по-різному, залежно від цілей спілкування, а стратегія – це спосіб породження відповідного типу тексту через взаємодію схем, фокусування і семантики [5, с. 311–356]. Таким чином, якщо інтенція є фокусуванням змісту тексту, то стратегія – вибором найбільш оптимального способу фокусування тексту за допомогою мовних засобів і, відповідно, когнітивно-комунікативною структурою.

Залежно від сфери вживання, ситуації спілкування, цілей, ресурсів комунікантів (знання, оцінки, очікування, бажання) і способів впливу на них стратегії можуть бути оформлені на високому рівні інтерактивності: від невербальних (кінетичних, проксемічних) способів до вербальних форм текстової діяльності (наказ, прохання, порада, аргументація, домовленість). На вербальному рівні стратегія маркується різномірним набором мовних засобів: мовними сигналами відправника й одержувача повідомлення, що утворюють певні мовленнєві кліше, оцінну лексику, ввідними словами, словосполученнями і т. д.

Якщо семантичні, стилістичні, граматичні стратегії пов'язані з внутрішньою організацією тексту, то дискурсивні управляють формою організації і протікання діалогу: вказують на його початок, продовження або завершення; створюють передумови для його розвитку; регулюють мовленнєві дії співрозмовників, виражаючи очікування адресанта щодо певних реалізацій з боку адресата, даючи йому можливість скористатися тими знаннями, які він має або повинен мати відповідно до свого соціального, професійного статусу для належного сприйняття інформації. Актуалізація дискурсивних стратегій на мовленнєвому рівні відбувається за допомогою сигналів структуризації тексту, з яких універсальними визнаються сигнали початку і закінчення тексту, зміни ролей, реагування, залучення учасників та ін.

Реалізація риторичних стратегій пов'язана, передусім з впливом на психіку людини як учасника спілкування, процесами оцінювання ситуацій і прийняття рішень, вибору найбільш ефективної стратегії. Існує завжди кілька способів досягнення мети, тож риторичні стратегії орієнтовані на «вибір», який дає змогу учасникам комунікації досягти цілей. Часто на шляху до реалізації мети в співрозмовника виникають перешкоди, подолання яких вимагає від нього певних «ресурсів» і способу дії тому комунікант, вступаючи в спілкування, не лише фіксує мету, й вирішує те, як він поводитиметься, тобто моделює певну стратегію досягнення мети.

Суть вживання риторичних стратегій з боку співрозмовника полягає в організації своїх звернень до адресата, тобто впливу на нього в ході спілкування так, щоб їх результатом була зміна прагматичних параметрів адресата в потрібному напрямі; збільшення/зменшення його бажання досягти чого-небудь, зміна його позитивних/негативних оцінок тощо. Очевидно, різні бази даних (блоки інформації) для кожної ситуації ділового спілкування матимуть свої параметри. Паралельно з визначенням бази даних йде вибір найбільш ефективної стратегії впливу. В цьому сенсі ми можемо говорити про релевантні для досягнення практичної мети

стратегії – відмовляння, наполягання або залякування, стратегії заперечення, відхилення (наприклад, поради, плану дій), відмови. Вивчення соціопсихологічних чинників, що впливають на появу певної мети в спілкуванні, на вироблення рішень, пов'язано зі сферою мотивацій.

Загалом існує чимало соціопсихологічних чинників, які впливають на хід міркування у конкретній ситуації. Проте це різноманіття можна звести до двох типів – чинники перешкоди (-) і чинники сприяння (+), які відповідно можна звести до невеликого числа базисних: оцінки (+ / -), знання (+ / -), думки (+ / -), бажання (+ / -).

Чинники перешкоди можуть бути пов'язані із сумнівами в доцільності впливу, з невпевненістю або в його здійсненні, або в його позитивному результаті й ін. В разі переважання чинників перешкоди риторичні стратегії спрямовуються на зменшення сумніву чи невпевненості партнера у спілкуванні: представлення доказів, обґрунтувань, пояснень того, чому бажаний результат є достовірним чи обов'язковим.

Чинники сприяння можуть бути пов'язані з надією на супутні позитивні для співрозмовника результати або зі страхом перед появою неприємного результату. В разі сприятливих чинників риторичні стратегії спрямовуються на збільшення надії чи страху співрозмовника. Враховуючи роль прагматичних чинників у процесі прийняття рішень в професійному спілкуванні, можна виокремити два великі підкласи оцінок: раціональні оцінки, які є інтелектуальними реакціями співрозмовників (наприклад, важливо/неважливо, корисно/шкідливо, доцільно/недоцільно) і оцінки, які є емоційними реакціями комунікантів (наприклад, подобається/не подобається) [1].

Конкретні форми чинника знання реалізуються у виразах «розуміти», «мати досвід», «уміти». Чинники класу думки характеризують різні варіанти думок, припущень, сумнівів, а тому подібні чинники класу бажання є стимули-реакції, необхідні для ухвалення рішення. За допомогою перелічених вище параметрів можна спрогнозувати механізми утворення або вибору риторичних стратегій, тобто стратегій впливу на відчуття і вчинки співрозмовників через експліцитні/імпліцитні форми переконання.

Відображаючи характеристики спілкування, риторичні стратегії, як стратегії соціального впливу різняться залежно від сфер соціальної взаємодії, реалізуються в кожному конкретному типі дискурсу і мають специфічні мовні маркери в текстах. Залежно від цілей комунікативної взаємодії зі всього різноманіття стратегій, як правило, вибираються лише окремі їх типи, варіанти, завдяки яким найуспішніше реалізуються різні цілі соціальної взаємодії і впливу у кожному конкретному випадку.

Дискурс спочатку вживався в значенні, близькому до терміна «функціональний стиль» мови, і позначав особливі характеристики текстів (газетних, наукових, юридичних тощо). У сучасних дослідженнях під дискурсом розуміють використання мови для вираження особливостей ментальності, ідеології, які спричиняють активізацію деяких меж мови і, нарешті, особливу граматику і правила лексики [11].

Дискурс відображає характеристики відповідної сфери діяльності. Так, наприклад, у дискурсі телеінтерв'ю типові стратегії ведучих британського телебачення – виклик на відвертість – реалізуються через мікростратегії «демонстрація солідарності», зниження ризику нерозуміння тощо, з характерними соціокультурними відмінностями (гумор, приховане «підколювання» – у британців) [15, с. 34].

У юридичному дискурсі провідними риторичними стратегіями є «зіставлення Ми vs Вони» (прості чесні люди vs сильний агресор), «правдоподібність», «ввічливість і розсудливість», «зменшення своєї ролі», «узагальнення», спрямовані на оптимальну прийнятність прагматичних цілей через стилістичні прийоми повтору, гіперболи, метафори та ін. [6]. У політичному дискурсі риторичні стратегії переваги, прояви соціальної влади елітою реалізуються через мікростратегії зміни думки інших у своїх інтересах: ухвалення законів, недомовленість, стриманість висловів можновладців, підтасовування, приховування переваги [3].

У дискурсі політичної конфліктної дискусії однією з найбільш виражених інтенцій є «дискредитація опонентів, їх вчинків» і «позитивна самооцінка». Дискредитація здійснюється через стратегії негативних оцінок і їх мовні форми: неаргументовані оцінки (...він — поганий...) й аргументовані оцінки (некомпетентність: ... не здатний ...; надмірне прагнення до влади: ...

втриматися при владі будь-якою ціною... ; негативне моральне обличчя: ...строчать доноси..., нанесення збитку країні і її жителям:... сприятливі умови для правопорушень і корупції... тощо.

Самооцінка реалізується через стратегії позитивного оцінювання: неаргументовані оцінки (...він — хороший...) й аргументовані позитивні оцінки (високі моральні якості: «... Було б ганьбою, якби ми піддалися свавілля, гніту, насильству»; висока компетентність: «...більш обґрунтований варіант...»; дотримання інтересів народу: «...Я — носій сил добра, інтересів народу...»; миролюбність: «...все, щоб конфлікт не розростається...» та ін. [8].

У дискурсі етнічного упередження помітні стратегії оптимальної самопрезентації й оптимального самовираження, що реалізуються через мікростратегії контрасту, поступки, поправки, наведення прикладу, посилення, пом'якшення, ухилення [3].

Особливо яскраво соціальна взаємодія розкривається в професійній комунікації та її міжособистісній зоні – діловому спілкуванні, яке виникає внаслідок потреби суспільства управляти матеріально-практичною діяльністю. У діловому дискурсі передбачається дослідження взаємодії людей в соціально-професійних контекстах з урахуванням їхніх концептуально-психологічних портретів, знання співрозмовників, специфіки ситуації ділового спілкування, а в межах міжкультурних контактів – і соціокультурної специфіки іноземного соціуму.

Текст як одиниця соціальної комунікації володіє характеристиками відповідної сфери діяльності, а його структура і її мовне втілення відображають тип діяльності і визначаються намірами, характерними для цієї діяльності. Тому, вивчаючи характеристики ділового спілкування, необхідно враховувати, що його загальне призначення полягає у вирішенні професійної проблеми, дуже часто через безпосередній вплив на партнера у спілкуванні, примус або опосередкований вплив, спонукання, переконання. Прагнучи до мети, автор продумує стратегію і її досягнення, втілює її в найбільш адекватних текстах: від нагадування, заклику, вимоги, до наказу, ультиматуму, загрози.

У текстах виражається мова ділового спілкування – діловий дискурс – знакова система, призначена для професійної взаємодії в різних соціальних контекстах: для встановлення контакту, обміну інформацією, налагодження стосунків співпраці між партнерами, пов'язаними предметом діяльності.

Таким чином, якщо компенсаторні і навчальні стратегії (які, як правило, розглядаються як універсальні комунікативні стратегії) спрямовані переважно на мовленнєву взаємодію і зводяться до відносно прогнозованого переліку, то стратегії, спрямовані на вирішення практичних цілей соціально-професійної взаємодії, є численними і специфічними для різних сфер спілкування і, відповідно, різних типів дискурсів.

Антропоцентричність, багатоаспектність і багаторівневість комунікативної взаємодії підтверджується тим, що дослідники виокремлюють різноманітні комунікативні стратегії: дискурсивні, компенсаторні, риторичні, соціокультурні, семантичні, стилістичні, прагматичні тощо. Ймовірно, їх перелік відкритий і може поповнюватися залежно від реалізації нових аспектів текстової діяльності і форм комунікативного впливу. Виокремлення глобальних макро- і мікростратегій дає змогу передбачати їх рівневу організацію.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Арутюнова Н. Д. Язык цели / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. – М.: Наука, 1992. – С. 14–23.
2. Дейк Т. А. ван. Стратегии понимания связного текста / Т. А. ван Дейк, В.Кинч // Когнитивные аспекты языка. – М.: Прогресс, 1988. – С. 153–211.
3. Дейк Т. А. ван. Принципы критического анализа дискурса / Т. А. ван Дейк // Перевод и лингвистика текста. – М., 1994. – С. 169–217.
4. Ляховицкий М. В. Методика преподавания иностранных языков / М. В. Ляховицкий. – М.: Высшая школа, 1981. – 159 с.
5. Маккьюин К. Дискурсивные стратегии для синтеза текста на естественном языке / К. Маккьюин // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIV. – М.: Прогресс, 1989. – С. 311–356.
6. Попова Е. А. Политический дискурс как предмет культурно-лингвистического изучения / Е. А. Попова // Языковая личность: проблемы значения и смысла. – Волгоград: Перемена, 1994. – С. 143–152.

7. Трофимова А. С. Синтаксические единицы современных английских текстов делового стиля /: автореф. дис. ... канд. филол. наук А. С. Трофимова. – Одесса, 1989. – 16 с.
8. Ушакова Т. Н., Оценочный аспект конфликтной речи / Т. Н. Ушакова, В. В. Латынов // Вопросы психологии. – 1995. – № 5. – С. 33–41.
9. Canale M., Swain M. Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing / M. Canale, M. Swain // *Applied Linguistics*: 1. 1980. – P. 1–47.
10. Faerch C., Kasper G. Strategies in interlanguage communication / C. Faerch, G. Kasper. – New York: Longman, 1983. – 283 p.
11. Hatch E. *Discourse and Language Education* / E. Hatch – Cambridge: Univ. Press, 1992. – 333 p.
12. Lutjeharms M. Learning strategies. Language Learning for European Citizenship / M. Lutjeharms: Report on Workshop 6A. – Tampere, Finland, 1991. – P. 34–42.
13. Luukas A. Approaches and methods. Language Learning for European Citizenship / A. Luukas: Report on Workshop 6A. – Tampere, Finland, 1991. – P. 28–33.
14. Roberts C. A. The Art of Circumlocution: Teaching strategic competence / C. A. Roberts // *Forum*. – Vol. XXVIII. – № 4. – 1990 – P. 41–43.
15. Shulikin N. Some differences in the strategies of challenge in British and Russian Television Interviews / N. Shulikin // *LATEUM MAAL Newsletter*. Proceedings of 2nd International LATEUM – MAAL Conference. – Moscow, 1993.
16. Tarone E., Yule G. *Communication Strategies in East-West Interactions* / E. Tarone, G. Yule // *Discourse Across Cultures. Strategies in World Englishes*. – N.Y. – London: Prentice Hall International, 1987. – P. 49–65.