

Бібліографія

1. Арсеньєва Т. И. Коммуникативные технологии в избирательном процессе. – Н. Новгород, 2001.
2. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. – М., 2001.
3. Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание //Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М., 2003.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Омск, 1999.
5. Клушина Н. И. Языковые механизмы формирования оценки СМИ //Публицистика и информация в современном обществе. – М., 2000.
6. Кривонос А. Д. ПР-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб., 2002.
7. Почепцов Г. Г. Имиджология. – М., 2002.
8. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. – М., 2004.

Фролова І. Є. ДИСКУРСИВНА СТРАТЕГІЯ ЯК КОГНІТИВНО-КОМУНІКАТИВНИЙ ФЕНОМЕН

У комунікативно орієнтованих лінгвістичних дослідженнях поняття стратегії посідає одне із центральних місць, оскільки саме стратегія відбиває цілеспрямованість мовлення, слугує способом здійснення мовленнєвого впливу.

У прагматичі найбільшої популярності набули стратегії ввічливості, запропоновані П. Браун та С. Левінсоном [22]. Дані стратегії являють собою сукупність мовленнєвих конвенцій, притаманних англомовним комунікантам, вони є мовно-мовленнєвими стратегіями, оскільки “реалізація стратегій ввічливості у комунікативній взаємодії спирається на досить конкретні мовні феномени, такі як вживання особових займенників, значення конкретних слів у контексті, іронія, фонологічні та просодичні зміни, використання тих чи інших непрямих мовленнєвих актів, вживання дискурсивних часток із обмежувальними функціями, механізми імперсональності висловлювання” [2], [27].

В аналізі тексту поняття стратегії пов’язується із загальними прагмалінгвістичними принципами реалізації іллокутивного смислу, на підставі чого автори виділяють “глобальні комунікативні стратегії мовленнєвої поведінки: репрезентативну, або зображальну, і наративну, або аналітичну” [17, с. 38].

У дослідженнях діалогу/діалогічного тексту увага зосереджується на діалогових стратегіях [5], [6, с. 106], що відбивають взаємодію комунікативного наміру, реалізації комунікативної настанови й інтеракційної організації мовленнєвої взаємодії.

Вивченню різних типів стратегій на різноманітному мовному матеріалі останнім часом присвячується значна кількість досліджень, що дає науковцям підстави стверджувати про “масштабну лінгвістичну атаку” на комунікативні стратегії [1, с. 12]. Втім, терміном “комунікативна стратегія” оперують дослідники, що вкладають в нього різний зміст й нерідко виходять насамперед із ознак мовного твору, що не є прийнятним у дискурсивному описі, що й викликає необхідність впровадження поняття дискурсивної стратегії [27]. Назріла необхідність визначення даного поняття, що зумовлено інтенсивним науковим пошуком у сфері дискурсології, характерним для сучасної вітчизняної лінгвістики, формуванням (поряд із когнітивно-дискурсивним) прагматично-дискурсивного напряму аналізу, що є природним з огляду на багату вітчизняну традицію прагмалінгвістичних досліджень та провідною роллю стратегії у прагмаорієнтованих розвідках.

Виходячи з цього, метою даного дослідження є обґрунтування поняття дискурсивної стратегії як феномену, що належить свідомості людини, втілюється у мовленні та конструє комунікативний процес.

Дискурс, на думку більшості науковців, поєднує процес та результат, мовне утворення та позалінгвальні чинники, являє собою мисленнєво-комунікативне утворення, отже й дискурсивна стратегія володіє усіма цими суттєвими ознаками.

Ментальна основа стратегії підкреслюється багатьма дослідниками [3, с. 272], [4, с. 84], [10, с. 73], [6, с. 100], [16, с. 103], [24, с. 35], [26, с. 197] та інші. Автори стверджують, що ця основа являє собою когнітивний план спілкування, який формується відповідно до системи цінностей, переконань, соціальних норм та конвенцій, що формують диспозицію особистості мовця [19, с. 73]. В зв’язку з цим постає проблема розробки концептуальної моделі, що формує ментальну основу дискурсивної стратегії.

Дискурсивна природа стратегії визначає її як складний феномен, ієрархічно впорядкованими складовими якого, услід за Т. ван Дейком [3, с. 237-277], вважаємо глобальну, локальну та мовленнєву стратегії; розглядаючи їх як такі, що відрізняються за типами когнітивних структур, які лежать у їх основі.

Думаємо, що з точки зору когнітивних підвалин дискурсивна стратегія може бути продуктивно описана у термінах рольової моделі [15, с. 60-64], яка подає фрагмент знання – концепт у вигляді єдності прототипового ядерного шару, периферійних шарів й інтерпретційного поля. Дана модель узгоджується із позиціями інших дослідників і, хоча й призначена насамперед для аналізу лексичних засобів вербалізації концептів, може бути адаптована й для вибудування концептуальної моделі стратегії.

Спираючись на польову модель та поділяючи думку, що стратегія являє собою складну когнітивну модель – гештальт [23, с. 111], думаємо, що **глобальна стратегія** має за когнітивне підґрунтя **концептуальне ядро** із прототиповим значенням та являє собою неподільну та неструктуровану ментальну одиницю (**гештальт**) (порів. [6, с. 44]).

Локальні стратегії базуються на структурах, **найближчої периферії**, до яких відносимо **стереотипи**. Під стереотипами розуміємо стандартні думки про соціальні групи або окремих представників даних груп, що у загострено спрощеній та узагальненій формі, із емоційним забарвленням, приписують певному класу осіб певні властивості та узагальненій формі, із емоційним забарвленням, приписують певному класу осіб певні властивості та установки [9, с. 177] та виступають у якості реалізації прототипового (ідеального) значення як “стійкі думки про когось або про щось, що формуються та застосовуються у мовленні” [18, с. 40].

Стереотипи володіють можливістю розшарування та варіювання. Так, дослідники стверджують про наявність стереотипів-уявлень і стереотипів-поведінки. Стереотипи-уявлення зберігаються як кліше свідомості та функціонують як еталони; вони пов’язані із мовленнєвою поведінкою, проте зумовлюють не стільки саму поведінку,

скільки набір асоціацій [7, с. 233], в той час як стереотипи поведінки – це штампи свідомості, що являють собою інваріант діяльності та визначають комунікативну, в тому числі і вербальну, поведінку у певній комунікативній ситуації [7, с. 232]; здатні здійснювати прескриптивну функцію: визначати поведінку та дії, до яких слід вдаватися; організують поведінку та її інтерпретацію, прив'язані до конкретної ситуації та стосуються усіх можливих варіантів її розвитку [12, с. 112].

Здається можливим стверджувати, що стереотипи-уявлення максимально наближені до ядерної зони, являючи собою еталони, що звернуті як у бік ядра, бо описують фрагмент знання, прототипового за значенням, так і у бік поведінкових стереотипів, подаючи дане знання як нормативно-прескриптивну настанову, тобто стереотипи-уявлення мають двоїсту дескриптивно-прескриптивну природу (порів. [21, с. 42] із посиланням на ф. Вригта). Стереотипи поведінки формують наступний шар і виступають як інваріанти прескрипцій, ґрунтуючись на стереотипах-уявленнях за умов взаємного впливу та, в свою чергу, приписують прототипові ознаки мовленнєвим стратегіям.

Якісно-кількісні ознаки стереотипів забезпечують їхній варіативний потенціал, який, як свідчать дослідження, може бути структурований у вигляді різних концептуальних моделей – фреймів, скриптів, сценаріїв [13, с. 42-42], [8, с. 178], [12, с. 112].

Мовленнєві стратегії формують дальню периферію, втілюючи поведінкові стереотипи у мовну форму і організацію мовлення, вони звернені з одного боку до концептуальної картини світу, з іншого – до мовної картини світу. Їхня природа ускладнена нелінійністю зв'язків між соціальними та мовленнєвими конвенціями, значною питомою вагою й різноманітністю контекстних та ситуативних чинників. Внаслідок цього виникає нерівновага прототипового значення: у мовленнєвих стратегіях воно може бути максимально наближене/віддалене від ядерного, або же бути нечітким, що й визначає когнітивні основи мовленнєвих стратегій як концептуальні структури із розмитими межами, де одні й ті ж системно-концептуальні одиниці можуть співвідноситися із різними прототиповими значеннями. Мовленнєві стратегії спираються на концептуальні моделі їхніх мінімальних одиниць: на мікропрагматичному рівні – МА (їхні ознаки, описані Дж. Серлом є по суті сценаріями; здійснюються також спроби побудови фреймів МА); на макропрагматичному рівні – інтеракційних одиниць (порів. “прагматичні” та “діалогові” стратегії [6, с. 106]), що базуються на фреймах взаємодії [20], [25].

Інтерпретаційне поле – оцінки змісту ядра національною, груповою та індивідуальною свідомістю [15, с. 64] визначає місце конкретної дискурсивної стратегії у системі цінностей лінгвокультурної спільності, соціального колективу або окремого індивіда, за пріоритетності загальних соціокультурних цінностей.

Поступова зміна цих цінностей, взаємопроникнення та взаємний вплив усіх шарів польової моделі стратегії спричиняють мінливість у часі (хоча й не швидкоплинну) не тільки інтерпретацій, а й шарів, які оточують ядро, що характеризує стратегію як утворення міцно “вбудоване” у конкретну історичну добу.

У вивченні реалізації стратегії, відповідно до її когнітивних основ, найбільшої значущості набуває не стільки інвентаризація усіх можливих ознак мовно-мовленнєвих та інтеракційних ознак одиниць, що слугують засобами об'єктивації стратегічного значення, скільки виявлення їхніх зв'язків із стереотипами та прототиповим значенням. Саме наявність таких зв'язків визначає мовленнєве утворення як вербальну складову дискурсу, “сигналізуючи стратегічні значення у поверхневих структурах” [6, с. 129]. При цьому, хоча “робити висновки про глибинні когнітивні операції можливо лише на підставі того, що було дійсно сказано, тобто на основі специфічних сигналів у поверхневих структурах тексту” [6, с. 129-130], ці поверхневі структури, мовні та мовленнєві маркери можуть бути визначені як стратегічні засоби, пов'язані із певними концептуальними структурами, лише на підставі їхнього аналізу із урахуванням контекстних і ситуативних чинників. Дослідження реалізації стратегії свідчить, що за спільності прототипового значення, відмінності у соціальних стереотипах та стереотипах мовленнєвої поведінки спричинені міжкультурними відмінностями, відмінностями соціальних стереотипів у представників різних соціальних груп та колективів, пов'язаних цілями спільної діяльності; головними факторами, що впливають на формування стратегії, є етнічний, соціальний, гендерний, віковий, особистісний. Вербальні засоби та їх організація також, як свідчать дослідження, підсилюються невербальними засобами [14, с. 217-262] у реалізації певної стратегії.

Однак, проблемним наразі залишається питання адресантного та адресатного аспектів стратегії, оскільки досить типовим є розуміння активної ролі автора [6, с. 76], що відводить адресатові пасивну роль, та практично зводить стратегічність на рівень суб'єктно-об'єктних відносин. Так, визначаючи комунікативну стратегію як “концептуальний світоглядний намір та його дієве здійснення відносно виробництва змісту комунікативного простору, того чи іншого середовища комунікації, того чи іншого типу взаємодії, того чи іншого місця породження смислу, і тим самим, одного чи декількох дискурсивних вимірів відносно яких вибудовується дискурс комунікації [14, с. 317], автор в той час стверджує, що стратегія являє собою спосіб оперування інформацією з метою зміни поведінки **об'єкта мовленнєвого впливу** [14, с. 318] (виділено мною, І. Ф.).

Саме таке тлумачення, на наш погляд, спричиняє певні проблеми й потребує коментарю. Інтеракційна природа дискурсу визначає його як спільну діяльність і дискурсивна стратегія, за безпечної пріоритетності ролі адресанта у її виборі та способі реалізації, проте породжує смисли, що вибудовують нову реальність для усіх комунікантів – суб'єктів дискурсу. Ця нова реальність впливає на свідомість й поведінку як адресата, так і адресанта та відповідним чином організує міжсуб'єктну взаємодію.

Отже, стратегія являє собою дискурсивний феномен, поєднує когнітивний та мовний плані; реалізуючи прототипове стратегічне значення, співвіднесене із соціальними стереотипами засобами мови та їхньою організацією із урахуванням контекстних і ситуативних чинників; конструює комунікативну практику суб'єктів дискурсу.

Перспективою дослідження є вивчення співвідношень між дискурсивними стратегіями, тактиками, прийомами, що наразі залишається проблемним питанням.

Джерела та література

1. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики // Мовні і концептуальні картини світу. – № 10. – К., 2004. – С. 11-16.
2. Бергельсон М. Б. Межкультурная коммуникация как исследовательская программа: Лингвистические методы изучения кросс-культурных взаимодействий // Mira B. Bergelson. Personal Papers. – <http://www.intcol.msu.ru/people/mbergelson/28.htm>.

3. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
4. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М.: Наука, 1993. – 172 с.
5. Вохрышева Е. В. Коммуникативные стратегии диалогического взаимодействия в новоанглийском языке: Автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.04. / Санкт-Петербург. гос. ун-т, – СПб., 2001. – 45 с.
6. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.
7. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: Гнозис, 2003. – 374 с.
8. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. – М.: Гнозис, 2002. – 283 с.
9. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С.Кубрякова., В.З. Демьянков, Ю.П.Панкрац, Л.Г.Лузина / Под общ. ред. Е.С.Кубряковой. – М.: Моск. гос. ун-т, 1996. – 245 с.
10. Лазуткина Е. М. Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы // Культура русской речи / под ред. Е.Н. Ширяева. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1998. – С. 72-82.
11. Ларина Т. В. Коммуникативная категория вежливости: межкультурный аспект // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: „Истоки”, 2003. – Вып. 17. – С. 116-133.
12. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.
13. Мартинюк А. П. Конструирование гендеру в англоговорящем дискурсе. – Х.: Константа, 2004. – 292 с.
14. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса – Волгоград: Парадигма, 2004. – 507 с.
15. Попова З. Д. Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2003. – 191 с.
16. Романов А.А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М.: Прогресс, 1988. – 154 с.
17. Седов К. Ф. Дискурс и личность. – М.: Лабиринт, 2004. – 317 с.
18. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж: ИПЦМОУВЭПИ, 2001.–252 с.
19. Сухих С. А. Речевые интеракции и стратегии // Языковое общение и его единицы. – Калинин. – 1986. – С. 71-77.
20. Тарасова Е. В. Когнитивные основания системной организации речи / Вісник Харків.держ.ун-ту. – Харків: Константа, 1999. – Вып. 424. – С.174-183.
21. Яворська Г. М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс: Мова, культура, влада / АН України, Ін-т укр. мови. – К., 2001. – 288 с.
22. Brown P., Levinson S. Politeness: some universals in language usage. – Cambridge: CUP, 1987. – 345 p.
23. Fernando C. Idioms and Idiomaticity. – Oxford, New York: OUP. – 1996. – 265 p.
24. Gumperz J.J. Discourse Strategies. – Cambridge: CUP, 1982. – 402 p.
25. Lee D. Frame Conflicts and Competing Contrails in Family Argument // Journal of Pragmatics. – 1997. -№ 27. – P. 38-58.
26. Levy D. Communicative goals and strategies: between discourse and syntax // Syntax and Semantics. – 1979. – Vol. 12. – P. 183-210.
27. Mills S. Rethinking Politeness, Impoliteness and Gender Identity. – S.L.Mills@shu.ac.uk

Халабзар О. А.

ЗНАЧЕННЯ ПОЗИТИВНОЇ МОТИВАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Питання значення логіки та логічної культури у навчально-виховному процесі досліджували Я. Коменський, С. Іванов, І. Нікольська, В. Паламарчук, В. Осинська, В. Брюшинкін, А. Арно та П. Ніколь, які зазначали, що логіка є мистецтвом вірно спрямовувати розум до пізнання речей, до якого прибігають як для того, щоб навчатись їй самому, так і для того, щоб навчати інших.

С. Войшвілло та М. Дегтярьов визначають логіку як науку про форми та прийоми пізнання на ступені абстрактного мислення, про закони, що складають основу правильних методів, про мову як про засіб пізнання. [1, с.5]

Саме логічна культура як бажаний результат вивчення логіки відповідає за точний вираз думок, без якого малоефективним стає як навчання, так і науково-дослідна діяльність. Ми можемо відчувати, що ми, або хтось розмірковує невірно, але без сформованої логічної культури ми не зможемо знайти помилку, вказати на неї, на відміну від людини, що вивчала логіку, займалась підвищенням своєї логічної культури, яка є складним особистісним новоутворенням, що вміщує в собі здатність майбутнього педагога глибоко усвідомлювати логіку засвоєного матеріалу, причинно-наслідкові зв'язки вивчених явищ, операції критичного мислення, логічні прийоми і методи наукового мислення, вміння абстрагувати, узагальнювати, робити висновки, високу розумову активність. На думку багатьох філософів, людина водночас є і об'єктом культурних впливів і суб'єктом, творцем цінностей. Логічна культура у свою чергу, – це “соціально обумовлений рівень розвитку особистості у сфері мислення” [3, с. 5]

Процес формування логічної культури для нас включає три компоненти: мотиваційний, компетентнісний та рефлексивний. Метою нашої статті є розкриття важливості формування позитивної мотивації студентів щодо розвитку, удосконалення логічної культури.

Навчальна мотивація може бути як позитивною (усвідомлене ставлення студента щодо формування логічної культури), так і негативною (небажання формувати логічну культуру). Мотивація може бути як внутрішньою (мотиви), так ізовнішньою (стимул), саме від спрямованості мотивів залежатиме подальший особистий розвиток студента, і якщо викладачеві вдасться змінити негативну мотивацію на позитивну, можна вважати, що він створив умови для подальшої самоосвіти, саморозвитку, удосконаленню логічної культури студента в цілому. В контексті означеного педагогічного процесу студента ми розглядатимемо як носія логічної культури, що нестиме її на своїх заняттях майбутнім своїм учням. Для цього необхідно пояснити студентам доцільність формування логічної культури, їхню майбутню перевагу над особистостями, що не обізнані щодо логічних вмінь, тобто сформувати позитивну мотивацію щодо оволодіння новими логічними знаннями. Студентам має бути цікаво пізнавати щось нове, випробовувати свої знання, вирішувати повсякденні ситуації з точки зору логіки. Зрозуміло, що якщо студент не матиме чітко сформованої мотивації щодо навчальної діяльності, тоді вона стане для нього повинністю, не приносить задоволення нові отримані знання. Адже лише позитивний емоційний стан особистості налаштує її на активну діяльність, пізнавальну в тому числі. Проблемою формування мотиваційної сфери займались: В. Сластьонін, Є. Шиян, Є. Буланова, А. Маркова та ін. На важливості формування мотиваційної сфери наголошував В. Сластьонін: «Професійна готовність вчителя до виховної роботи є складним синтезом взаємопов'язаних структурних компонентів. До їх числа ми у першу чергу відносимо мотиваційно-ціннісний та процесуальний компоненти» [5, с. 45] Чітке та свідоме уявлення щодо багатопланової відповідальності вчителя створює сприятливі умови для успішного оволодіння системою професійних знань, умінь та навичок. Мотивованою основою для вибору професії є не різнобічність інтересів, а їхнє певне співвідношення, у якому професійний інтерес та мотивація «моделюють структуру вже складених інтересів» [4, с. 16].