

## Співвідношення прагматичних категорій організації газетного дискурсу та його мовленнєвих жанрів

*Роботу виконано на кафедрі української мови  
ВНУ ім. Лесі Українки*

Статтю присвячено вивченню прагматичних категорій організації дискурсу та його мовленнєвих жанрів. Подано короткий опис комунікативних характеристик стратегій та мовленнєвих жанрів, їх роль у комунікативному процесі й функціональне співвідношення.

**Ключові слова:** стратегія, мовленнєвий жанр, дискурс, тактика, комунікація, інтеракція, мовний код.

**Шевчук М. В. Соотношение прагматических категорий организации газетного дискурса и его речевых жанров.** Статья посвящается изучению прагматических категорий организации его речевых жанров. Осуществлено короткое описание коммуникативных характеристик стратегий и речевых жанров, их роль в коммуникативном процессе и функциональное соотношение.

**Ключевые слова:** стратегия, речевой жанр, дискурс, тактика, коммуникация, интеракция, языковой код.

**Shevchuk M. V. Correlation of Pragmatic Categories of Organization of Newspaper Discourse and Him Genres of Speech.** The article is devoted the study of pragmatic categories of organization of discourse and him genres of speech. The short are given description of communicative descriptions of strategies and genres of speech, their role in a communicative process and functional correlation.

**Key words:** strategy, speech genres, discourse, tactic, communication, linguistic code.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Питання співвідношення мовленнєвих жанрів та прагматичних категорій організації газетного дискурсу в мовознавстві й досі відкрите. Стратегія як запланований хід дій представлена всередині мовленнєвого жанру системою тактичних прийомів, однак ні стратегія, ні тактика не виконують функції виокремлення того чи того мовленнєвого жанру, тобто не репрезентують його індивідуальну природу, оскільки можуть бути представлені в структурі інших мовленнєвих жанрів. Домінантним чинником проектування мовленнєвого жанру та стратегії як організаційної категорії дискурсу є комунікативна ситуація. Саме комунікативна ситуація безпосередньо впливає на організацію стратегії та її тактик як запланованих прагматичних дій, відповідно, й на їх мовне оформлення. Незважаючи на те, що “дослідження мовленнєвої поведінки з позицій комунікативних стратегій – достатньо нове, проте швидко набирає контурів самостійного напрямку сучасної лінгвістики. В коло її інтересів входять проблеми мовленнєвих жанрів, закономірності діалогічної взаємодії, правила мовленнєвого спілкування та етикету” [8, 81]. Отже, лінгвістика працює над складним питанням співвідношення мовленнєвого жанру та стратегії як змістової категорії організації дискурсу. Розкривши це питання, мовознавці зможуть пояснити прагматичну природу мовленнєвих жанрів, створити універсальну їх класифікацію, запропонувати модель паспорта мовленнєвих жанрів різних типів дискурсів, здійснити аналіз тактичної репрезентації комунікативної стратегії, розробити загальну методика її вивчення тощо.

**Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми.** Чимало мовознавців вивчали це питання. Так, український мовознавець Ф. Бацевич підтверджує співвідношення формального чинника мовленнєвого жанру і стратегії, за яким стратегія – комунікативний процес реалізації інтенційних станів мовців, що вербально представлений у структурі мовленнєвого жанру, І. Труфанова наполягає на формально-змістовій спорідненості первинних мовленнєвих жанрів та стратегій, за якою мовленнєві акти синонімічні поняттю тактики, сучасний російський дослідник А. Олянич стверджує, що стратегії репрезентують комунікативну мету дискурсу тощо [2; 11; 10]. Комунікативну природу мовленнєвих жанрів вивчали М. Бахтін, Ф. Бацевич, Т. Шмельова, прагматичну природу стратегій – О. Іссерс, М. Шпільман, О. Герасименко та ін. [1; 3; 4; 12; 7; 8; 13; 5].

**Мета** нашого дослідження – аналізуючи мовну природу комунікативних стратегій та мовленнєвих жанрів, пояснити їх співвідношення. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань:

- 1) розкрити функціональну важливість стратегій та мовленнєвих жанрів у комунікативному процесі;
- 2) окреслити мовленнєву природу цих понять як категорій організації мовного коду в комунікації;
- 3) здійснити комунікативно-прагматичний аналіз стратегії аргументації мовленнєвого жанру “проблемна стаття” газетного дискурсу;
- 4) зафіксувати варіанти тактичних ходів організації аргументативної стратегії газетного дискурсу.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження.** Стратегія – це функціонально спрямована, окреслена метою та ціллю мовця діяльність, а також “сукупність, єдність комунікативних і практичних цілей” [6, 49]. Побудову та розгортання стратегії прогнозує мовець, від якого залежить не лише її функціональна спрямованість, а й реалізація чи блокування її. Однак не можна вважати стратегії чітко спрогнозованим та заздалегідь запрограмованим процесом, адже як стихійно інколи протікає мовленнєве контактування суб’єктів, так стихійно й змінюється репрезентація стратегії, задля досягнення поставленої мети комунікації. Саме тому ми погоджуємося з окресленням мовної стратегії російською дослідницею О. Іссерс, за яким “мовна стратегія включає планування процесу мовної комунікації залежно від конкретних умов спілкування і комунікантів, а також реалізацію цього плану. Іншими словами, мовна стратегія є комплексом мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети” [7, 54].

Інваріантні характеристики мовних стратегій такі: 1) мовна стратегія – це ініціативний комунікативний хід мовця, який утілює його мовленнєві наміри та реалізує поставлену мету; 2) для будь-якого типу стратегії характерна чітко окреслена мета процесу й варіанти шляхів її досягнення; 3) розгортання і продукування стратегії залежить не лише від ініціативи комуніканта, а й від середовища та умов здійснення мовленнєвої взаємодії; 4) конституюючими структурами стратегії вважаються тактики та їх мовленнєві ходи; 5) для стратегій характерні й усна, і письмова репрезентації; 6) стратегія – це насамперед змістова характеристика тексту, або його фрагменту, яка “базується на інтерпретації, бо саме вона лежить в основі мовної дії” [7, 103] тощо.

Домінантами стратегії є цілеспрямованість, системність та інтерактивність. Для будь-якого типу стратегії характерна чітко окреслена мета і план дій її досягнення (цілеспрямованість), усі заплановані дії та вчинки здійснюються по чергово, злагоджено (системність), що дає можливість розглядати стратегію не лише як заздалегідь спланований хід дій, а як активний інструмент досягнення певної цілі, який створюється і застосовується в процесі діяльності (інтерактивність). Інваріантними конституюючими стратегії як плану мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети та впливу на світоглядні й поведінкові установки співрозмовника, вважаємо статусно-рольові функції учасників мовленнєвої взаємодії, їх інтенційні очікування від ініціативи розпочати чи підтримати мовленнєвий контакт, особливості протікання комунікативного процесу тощо. Комунікативна стратегія “розглядається як творча реалізація мовленнєвих дій, яка визначає загальний «стиль взаємодії», підпорядкований досягненню певної мовленнєвої/немовленнєвої глобальної мети інтеракції (кооперація або конфлікт), що характеризується гнучкістю й динамічністю, оскільки піддається корекції з боку співрозмовників у процесі інтеракції і залежить від їх мовленнєвих дій та від спільного загального контексту дискурсу” [5, 8].

У загальному вигляді стратегії – це інваріантні моделі дій, які здійснює людина для вирішення проблемних ситуацій, що виникли. Проблемну ситуацію створює конфлікт цілей адресанта й адресата, вирішити і залагодити який повинна свідомо організована та комунікативно цілеспрямована на кооперативну взаємодію комунікативна стратегія. Проблемна стаття, відповідно, побудована з урахуванням контексту тієї чи тієї проблемної ситуації. Проаналізувавши проблемну статтю як аналітичний жанр газетного дискурсу, вважаємо, що комунікативна стратегія, як організаційний складник проблемної статті, виконує такі функції: 1) інформативну – повідомляє адресату відому та нову інформацію, яка стосується розгляду мовної проблеми; 2) емотивну – пробуджує в читача певні емоції з метою кращого запам’ятовування й емпіричного аналізу проблеми. Загальновідомо, що в довготривалі пам’ять надходить та інформація, котра супроводжується певними емоціями; 3) скеровуючу, тобто функцію орієнтації читача в безмежному просторі інформації, функцію розуміння соціального статусу, своєї позиції та комунікативної ролі; 4) функцію волевиявлення – залишає за чи-

тачем право погоджуватися/не погоджуватися з думками автора, вербально/невербально суперечити йому, тобто провокує читача на роздуми, аналітико-критичне бачення ситуації тощо. Ми усвідомлюємо, що стратегія – це спосіб переконання, маніпулювання адресанта читачем, тому переконані, що в проблемній статті, крім прямого впливу на адресата, здійснено й приховано маніпуляційний. Проблемна стаття – аналітичний жанр, що передбачає висвітлення не лише авторських думок, а й позиції читача. Саме тому проблемна стаття провокує учасників комунікації до реального/віртуального диспуту, але не конфлікту, адже проблемна стаття спрямована на кооперативну взаємодію комунікантів, яка водночас базована на вербалізації особистих позицій адресанта й адресата та їх погодженні. Саме тому стратегія, реалізуючи авторську мету та ціль взаємодії, залишає за читачем право вибору підтримати або проігнорувати мовленнєву взаємодію.

Аналізуючи природу мовленнєвого жанру газетного дискурсу, зокрема проблемної статті, ми оперуватимемо трактуванням мовленнєвого жанру як явища дискурсивної природи, за яким “мовленнєвий жанр – категорія організації мовного коду в комунікації поряд із дискурсом та мовленнєвим актом” [2, 51]. Варто наголосити, що з позицій комунікативної лінгвістики та проаналізованої концепції дискурсу розглядаємо “як тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, внутрішню, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників спілкування, являє собою синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психологічних та ін.) чинників, залежних від тематики спілкування, і має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів” [4, 31]. Отже, дискурс представлений як модель складного комплексу взаємодії мовленнєвих жанрів у системі комунікації.

Розкриємо комунікативну природу мовленнєвих жанрів. Для мовленнєвого жанру насамперед важлива не лише особа адресанта як його продуцента, а й особа адресата як критерію, відповідно до якого вибудовують композиційну структуру жанру, формалізують його стиль та окреслюють тематичне спрямування. Домінуючу роль адресата в продукуванні мовленнєвого жанру особливо підкреслював М. Бахтін: “Говорячи, я завжди враховую апперцептивний фон сприйняття мого мовлення адресатом: наскільки він ознайомлений із ситуацією... його погляди і переконання... його симпатії і антипатії – адже все це буде представляти відповідне активне розуміння ним мого висловлювання. Врахування цього окреслить і вибір жанру висловлювання, і вибір композиційних прийомів, і, врешті, вибір мовних засобів, тобто стиль висловлювання” [1, 276]. Отже, особа комунікантів впливає не лише на продукування мовленнєвого жанру, а й на представлення її стратегічної природи.

Відомо, що комунікацію як акт взаємодії репрезентують різні види знаків. Якщо комунікація вербальна, то мовленнєві ходи учасників взаємодії формалізуються через знаки мовного коду. Мовний код – системно-структурна організація умовних знаків для фіксації та передачі комунікативної інформації від адресанта до адресата через відповідні канали зв'язку. Мовний код – однорідна система мовних знаків, спрямована на репрезентацію мовленнєвої взаємодії. Тому, на нашу думку, доречно провести диференційну лінію між мовленнєвими жанрами та мовними одиницями. І до сьогодні питання співвідношення мови й мовленнєвих жанрів є відкритим. Ми вважаємо, що мовленнєві жанри як комунікативні категорії вербального дискурсу виконують функцію моделей репрезентації мови як глобального феномена. Ф. Бацевич виділяє три іпостасі мови-феномена (живої людської мови як живого організму): власне *мова* (системно-структурна її організація, граматична формалізація її ресурсів), *мовлення* та *комунікація*. Учений зазначає, що жива людська мова репрезентується через комунікативний код, “тобто мову в складній взаємодії з елементами інших знакових систем (жестами, мімікою, поставами тіла, значущими рухами частин тіла, одягом, прикрасами, запахами тощо), ситуативними (час і місце спілкування, організація часу і простору спілкування тощо), соціальними (соціальні ролі учасників спілкування: начальник – підлеглий...), віковими (старший – молодший), гендерними (чоловік – жінка), психологічними і психічними (темперамент, настрої, душевний і духовний світ), фізіологічними (перебування у нетверезому стані) чинниками” [3, 16]. Мовленнєвий жанр як комунікативна категорія репрезентується через мовний код. Саме тому потрібно зосередити увагу на розрізненні засобів мовного коду і мовленнєвих жанрів. М. Бахтін чітко розмежовує мовленнєві жанри й мовні форми, тому що “мовленнєві жанри порівняно з формами мови значно мінливіші, гнучкіші, еластичніші, але для мовця вони мають нормативне значення, оскільки не створюються ним, а дані йому. Саме тому одиноке висловлювання при всій

його індивідуальності і творчому характері ніяк не слід вважати цілком вільною комбінацією форм мови...” [1, 259–260].

Мовленнєві жанри – комунікативні категорії вербального дискурсу, які репрезентуються через такі ознаки, як діалогічність, ситуативність, соціальність, онтологічність, оказіональність, стійкість, мовленнєва завершеність тощо.

Проблемну статтю ми розглядаємо як складний вторинний мовленнєвий жанр (відповідно до поділу мовленнєвих жанрів на первинні та вторинні М. Бахтіна), інваріантними характеристиками якого, на нашу думку, варто вважати оцінно-спонукальний спосіб репрезентації, діалогічність, комунікативну цілеспрямованість, застосування сугестивно-аргументативних стратегій і тактик тощо.

Головними стратегіями газетного дискурсу і його мовленнєвого жанру “проблемна стаття”, зокрема, вважаємо стратегії аргументації та конвенції. Стратегія аргументації та конвенційна стратегія творять процесуальне тло тексту проблемної статті. Ще М. Макаров зазначав, що домінуючими стратегіями наукового й газетного дискурсу є аргументативні стратегії [9]. Мета аргументативної стратегії – шляхом логічних роздумів спонукати співрозмовника до порівняльно-критичного аналізу текстової інформації, формувати самостійну думку, яка б не заперечувала основні міркування автора. У мовленнєвому жанрі “проблемна стаття” спостерігаємо наявність експліцитних мовленнєвих тактик стратегії аргументації, які підсилюють дію стратегії конвенції, та імпліцитних, які підкреслюють вплив маніпуляційних стратегій. Однак домінують конвенційні стратегії, зумовлені методикою побудови й функціональною природою проблемної статті. Організаційними тактиками аргументативної стратегії мовленнєвого жанру “проблемна стаття” вважаємо тактику розмірковування, тактику ствердження, тактику самопредставлення групи “ми” і тактику переконання. Перші дві тактики виконують важливу функцію представлення й обґрунтування авторських міркувань та думок, що репрезентують інформаційне тло розгортання комунікативної взаємодії. Дві інші тактики функціонують як шляхи досягнення мовного консенсусу, прийоми налагодження контакту з уявним співбесідником та впливу на його інформаційний базис.

**Висновки.** Питання співвідношення мовленнєвого жанру й стратегій чи тактик і досі в мовознавстві відкрите. Стратегія як комплекс мовленнєвих дій пов’язана безпосередньо з мовленнєвим жанром, однак їх зв’язок обмежений лише вербальною репрезентацією стратегії в дискурсі та реалізацією її комунікативної мети. Отже, вважати стратегії змістовим чи формальним конституантом мовленнєвого жанру помилково. У лінгвістиці не зафіксовано жодного визначення мовленнєвого жанру, в якому б критерієм їх диференціації були стратегії чи тактики. Стратегії і тактики реалізуються всередині мовленнєвих жанрів, однак не розкривають їхньої комунікативної природи, тому що одні й ті ж стратегії чи тактики можуть подібно репрезентуватися в інших мовленнєвих жанрах та дискурсах. Саме тому, ми стверджуємо, що стратегії, тактики – прагматичні рушії розвитку комунікативного процесу, важливі чинники оформлення мовленнєвого жанру, прагматичні категорії організації комунікативного дискурсу.

#### *Література*

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 424 с.
2. Бацевич Ф. С. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи : монографія / Ф. С. Бацевич. – Л. : ПАІС, 2005. – 264 с.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Вид. центр “Академія”, 2004. – 344 с.
4. Бацевич Ф. С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу / Ф. С. Бацевич // Вісн. Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. – Л., 2002. – № 453. – С. 30–34.
5. Герасименко О. В. Дискурсивні стратегії і тактики подолання комунікативних порушень (на матеріалі французьких літературних текстів постмодерну) : автореф. дис. ... канд. філол. наук / О. В. Герасименко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2008. – 20 с.
6. Городецький Б. Ю. От лингвистики языка к лингвистике общения / Б. Ю. Городецький // Язык и социальное познание. – М. : [б. и.], 1990. – С. 39–56.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : монография / О. С. Иссерс. – М. : УРСС, 2002. – 284 с.
8. Иссерс О. С. “Посмотрите, на кого он похож!” (К вопросу о речевых тактиках дискредитации) / О. С. Иссерс // Вестн. Омск. ун-та. – Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та, 1997. – Вып. 3. – С. 81–84.
9. Макаров М. Л. Основы теории дискурса : монография / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК “Тнозис”, 2003. – 280 с.

10. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : монография / А. В. Олянич. – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.
11. Труфанова И. В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // Филол. науки. – 2001. – № 3. – С. 56–65.
12. Шмелева Т. В. Речевой жанр: опыт общифилологического осмысления / Т. В. Шмелева // Collegium. Междунар. науч.-худож. журн. – 1995. – № 1–2. – С. 57–65.
13. Шпильман М. В. Коммуникативная стратегия “речевая маска” (на материале произведений А. и Б. Стругацких) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / М. В. Шпильман ; Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск, 2006. – 23 с.

Статтю подано до редколегії  
15.12.2010 р.