

УДК 811.111:070

ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ Й ТАКТИКИ В КОНСТРУЮВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБ'ЄДНАНИХ НАЦІЙ

Шугаєв А.В., аспірант

кафедри англійської філології та перекладу

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Стаття присвячена дослідженню понять «дискурсивна стратегія» й «дискурсивна тактика» з позиції різних підходів, наявних у сучасній лінгвістиці. У статті зазначається, що дискурсивні стратегії (самопрезентація) й тактики (здобування прихильності, самопросування) слугують засобами формування позитивного іміджу ООН в англійському медіа-дискурсі. Проаналізована й систематизована теоретична база є підґрунтям розробки класифікації дискурсивних стратегій і тактик, які є основою конструювання позитивного іміджу міжнародної організації ООН в інформативних статтях мас-медіа.

Ключові слова: дискурсивна стратегія, дискурсивна тактика, імідж, вербальний засіб, комунікація.

Статья посвящена исследованию терминов «дискурсивная стратегия» и «дискурсивная тактика» с позиции разных подходов, представленных в современной лингвистике. В статье отмечается, что дискурсивные стратегии и тактики служат способами формирования позитивного имиджа ООН в англоязычном медиа-дискурсе. Проанализированная и систематизированная теоретическая база составляет основу разработки классификации дискурсивных стратегий и тактик, которые являются основой конструирования позитивного имиджа международной организации в информативных статьях масс-медиа.

Ключевые слова: дискурсивная стратегия, дискурсивная тактика, имидж, вербальное средство, коммуникация.

Shuhaiev A.V. DISCOURSE STRATEGIES AND TACTICS IN THE UNITED NATIONS POSITIVE IMAGE CONSTRUCTION

The article deals with the research of “discourse strategy” and “discourse tactics” in respect of various approaches available in modern linguistics. It points out that discourse strategies and tactics serve as means of UN positive image formation within English media-discourse. The analyzed and arranged theoretical basics have a key role in the development of discourse strategies and tactics classification that makes up a ground for the construction of international organization positive image in mass-media informative articles.

Key words: discourse strategy, discourse tactics, image, verbal mean, communication.

Постановка проблеми. Функція впливу людської мови реалізується в медіа-дискурсі за допомогою дискурсивних стратегій і тактик. Актуальність дослідження понять «стратегія» й «тактика» пояснюється відсутністю їх усталених визначень. Це призводить до появи різних дефініцій, якими послуговуються науковці для позначення таких понять (Н. Арутюнова, М. Макаров, О. Парашина, О. Іссерс, І. Юшковець). Лінгвістика оперує трьома основними термінами: «мовленнева стратегія», «комунікативна стратегія» й «дискурсивна стратегія», які часто тотожні та взаємозамінні.

Постановка завдання. Метою нашої розвідки є дослідження понять «дискурсивна стратегія» й «дискурсивна тактика» та їх кореляція з формуванням позитивного іміджу ООН у сучасному англійському медіа-дискурсі (на матеріалі новинних статей).

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш функціонального поширення набув термін «дискурсивна стратегія». Розглянемо основні підходи до тлумачення

цього поняття. З позиції комунікативної лінгвістики дискурсивна стратегія – це потенційно можливі інтерактивні способи здійснення комунікативно важливих дій у дискурсі та мовні способи їх вираження; вибір адресантом певних засобів для досягнення визначеної цілі в заданих умовах спілкування [1]. Дискурсивну стратегію визначають як інтенцію адресанта, яка допомагає досягти конкретної мети дистантного спілкування за допомогою відбору інформації та її видозміни в наявній екстралінгвістичній ситуації.

Психолінгвістика тлумачить дискурсивну стратегію як спосіб організації мовленнєвої поведінки відповідно до інтенції адресанта; визначення напрямку розвитку й організації впливу; надзавдання мовлення, зумовлене практичними цілями адресанта [5]; напрямок мовленнєвої поведінки в певній ситуації з метою досягнення цілей комунікації [6].

При вибудовуванні необхідної стратегії провідну роль відіграють комунікативно релевантні знання, які спираються на принципи соціальних норм, культурні традиції. Під



час цього процесу відбуваються когнітивні операції, які забезпечують комунікативну компетенцію індивіда та його дискурсивну діяльність. За таких умов дискурсивна стратегія – це характеристика когнітивного плану спілкування, за допомогою якої контролюється оптимальне вирішення комунікативних завдань мовця в умовах нестачі інформації про дії партнера [2, с. 193]; план комплексного мовленнєвого впливу, який здійснюється адресантом для «обробки» адресата з метою зміни його моделі світу, трансформації його концептуальної свідомості [2, с. 102]. Вибір дискурсивної стратегії залежить від низки когнітивних передумов, коли адресант співвідносить свою комунікативну ціль із конкретним мовленнєвим виразом, застосовуючи вербальні одиниці різних рівнів і способи їх репрезентації.

Розглядаючи дискурсивну стратегію, потрібно враховувати думку про неоднорідність змісту мовного вираження. Це пояснюється тим, що когнітивні структури нелінійні, вони потребують спеціальної «упаковки» під час їх вербалізації [8]. Пресупозиції, ілюктивні компоненти можуть з'являтися в імпліцитному вигляді. Така особливість плану змісту мови пояснює маніпуляції, які використовують у медіа-дискурсі та повсякденному мовленні. Стратегії й тактики є чітким проявом цього процесу.

У широкому розумінні стратегія – це невід'ємний для будь-якої комунікації процес відбору ресурсів мови та їхня адаптація до умов спілкування. За вузького підходу стратегії розглядають тільки тоді, коли з'являються комунікативні проблеми й необхідність їх вирішення. Будь-яка комунікація має стратегічний характер та іноді здійснюється адресантом автоматично, тобто без усвідомлення стратегії. Це зумовлено несвідомим засвоєнням знань людиною й механічним виконанням більшості завдань.

Згідно з дискурсивним підходом стратегія – це ланцюг рішень мовця, комунікативних опцій тих чи інших мовленнєвих дій і мовних засобів; це реалізація низки цілей у структурі спілкування [5]. Ураховуючи цілеспрямованість дискурсивної діяльності, стратегію визначають як явище, що належить свідомості людини, утілюється в мовленні та конструює процес комунікації [7]. Дискурсивна стратегія націлена на оптимальну реалізацію інтенції адресанта, спрямована на досягнення конкретної мети спілкування, узгоджена зі статусно-рольовими й психологічними харак-

теристиками учасників комунікативного процесу та змодельована відповідно до ситуації спілкування [10, с. 5].

Виділяють такі характеристики дискурсивної стратегії з погляду її реалізації: адресант має на меті повідомити інформацію адресату; адресант вважає, що адресат не володіє лінгвістичною й соціолінгвістичною структурою для передачі змісту повідомлення; адресант планує передати інформацію читачеві за допомогою різних вербальних засобів. Дискурсивна стратегія є засобом соціальної взаємодії, має соціально-інтеракційну природу, виконує регулятивну функцію й сприяє реалізації міжособистісних стосунків мовців [7, с. 114]. З метою досягнення певних довготривалих результатів стратегія охоплює всю сферу процесу комунікації, яка має комплекс мовленнєвих дій, направлених на досягнення комунікативної цілі [3, с. 54].

Дискурсивну тактику, на протигагу стратегії, розглядають як сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії, які відповідають певному етапу в реалізації тієї чи іншої стратегії [9, с. 42; 4, с. 49]. Тактику репрезентують вербальні засоби, що належать до поверхневих структур тексту. З їхньою допомогою аналізують глибинні мисленнєві зв'язки на підставі врахування контекстуальних та ситуативних факторів [7]. Під час вибору стратегій і тактик у медіа-дискурсі визначальними є моральні орієнтири та світоглядні цінності Організації Об'єднаних Націй: усвідомлення свого місця на міжнародній арені, ставлення до інших суб'єктів міжнародної політики, ступінь відкритості в діловій комунікації, пріоритет матеріальних чи духовних цінностей у діяльності. Саме цим пояснюється вибір цілей комунікації ООН, які реалізуються в конкретній ситуації.

Кожна дискурсивна стратегія характеризується низкою тактик, які задіяні в процесі реалізації стратегії. Сукупна послідовність дискурсивних тактик забезпечує досягнення комунікативної цілі новин для репрезентації іміджу на раціональному, емоційному, духовному та соціальному напрямках, складаючи системну цінність у свідомості людей. Тактики групують і чергують модальні відтінки тексту (радість, незадоволення, розчарування), надаючи можливість адресанту нав'язати свою думку аудиторії, приховати небажані факти в інтересах зацікавленої сторони. Численні дослідження підтверджують, що виразити нейтрально свою позицію з того чи іншого питання неможливо, оскільки

навіть неформальна комунікація має на меті «здійснення влади», тобто повинна вплинути на сприйняття й структурування світу реципієнта.

Це наводить на думку, що дискурсивні стратегії й тактики використовують для формування позитивного іміджу людини чи організації, коли адресант обирає відповідно до своїх мотивів та цілей оптимальні вербальні засоби в умовах глобального інформаційного світу. Таким чином, відбувається реалізація плану комунікативного наміру, який за рахунок об'єктивних і суб'єктивних факторів, умов комунікативного процесу визначає внутрішню й зовнішню структуру тексту й від якого залежить використання вербальних засобів.

Дослідження позитивного іміджу ООН підтверджує, що масова свідомість не може сприймати цілком всю інформацію про міжнародну організацію, однак здатна осмислити головні новини, які характеризують діяльність інституції. Стратегії й тактики передбачають використання іміджевої інформації, яка сприяє створенню позитивного образу ООН в очах цільової аудиторії. Важливо не те, що в дійсності являє собою міжнародна організація, а інформація, яка проектується на читачів.

Сьогодні стратегічного значення набуває розробка ефективних іміджевих стратегій, які є запорукою конструювання позитивного іміджу ООН у медіа-дискурсі. Для цього необхідне концептуальне мислення, що спирається на засади сучасного розвитку людства. Завдання стратегічного формування позитивного іміджу – знизити ймовірність несприятливих факторів, уникнути глобальних катастроф і криз.

Серед низки дискурсивних стратегій виділяють стратегію самопрезентації. Її мета полягає у схваленні, прагненні до досконалості, приверненні уваги та потребі в повазі. Самопрезентація – це процес представлення ООН, її якостей іншим людям із метою дізнатися їхню думку про діяльність міжнародної організації та сформуванню позитивний імідж ООН в очах цільової аудиторії. Дискурсивна стратегія самопрезентації реалізується за допомогою таких тактик: 1) тактики здобування прихильності (*ingratiation*); 2) тактики самопросування (*self-promotion*).

Тактика здобування прихильності демонструє основні функції, які здійснює ООН у світі, а також відображує її властивості, характеристики задля досягнення постав-

лених цілей, формуючи сприйняття ООН читачами, реалізоване за допомогою посилання на думки посадових осіб міжнародної організації, що переконують адресата в істинності інформації. У межах тактики частотним є використання дієслова із семантикою засудження *condemn*, яке посилює персуазивний вплив повідомлення й привертає увагу світового співтовариства до терористичної ситуації в різних частинах земної кулі:

“United Nations Secretary-General Ban Ki-moon has strongly condemned the suicide bombing that targeted a park in Pakistan on Sunday” [11].

Генеральний секретар ООН Пан Гі Мун рішуче засуджує терористичний акт у Пакистані. Для засудження важливим є те, що автор повідомлення вдається до негативної оцінки, виходячи з власного спостереження й шкали оцінки, яку опонент необов'язково розділяє. У семасіологічній основі дієслова *condemn* існує орієнтація на дію, а саме: на вибух, спричинений терористом-смертником. Негативна оцінка об'єкта визначається не його характеристиками, а залученням до сфери життєдіяльності людини. Таким чином, оцінка, вербально виражена суб'єктом, спрямована на морально-етичний аспект екстралінгвістичної ситуації.

Оцінка навколишнього світу неможлива без людини-суб'єкта з її набором цінностей, які формують індивідуальну оціночну картину світу, а також без системи цінностей суспільства. Оціночна картина світу останнього є основною й базовою, тому що вона відома всім членам суспільства й надає можливість без упередження проаналізувати відрізок дискурсу.

Речення, яке містить негативно-оціночний компонент, характеризується наявністю в ньому оціночних слів (слів з оціночною семою):

“The United Nations envoy for Iraq has strongly condemned today's triple bombings in Baghdad in which dozens of civilians were killed and injured” [11].

В інформаційних статтях дієслова з негативно-оціночним компонентом використовують для засудження терористичних актів і привернення уваги громадськості до проблеми тероризму. Прислівник способу дії *strongly* інтенсифікує дієслово *condemn* у зазначеному контексті. Зазвичай засудження експлікується особами, які займають високий щабель у статусній вертикалі міжнародної організації, тому таке засудження виникає на



основі відповідальності ООН за збереження і встановлення миру в зоні конфлікту.

Тактика здобування прихильності реалізується не лише за допомогою посилань на авторитетних посадових осіб міжнародної організації, але й шляхом представлення інформації щодо певного структурного підрозділу, який належить ООН, чи вираження його позиції:

“UNICEF verified more than 1,560 incidents of grave violations against children in Yemen. As a result, more than 900 children were killed and more than 1,300 were injured in the past year alone” [11].

У вищенаведеному реченні дієслово із семантикою контролю *verified* має значення «спостереження з метою перевірки й нагляду». Фонд не лишається осторонь проблем дітей у зонах конфлікту та постійно моніторить ситуацію в гарячих точках світу, що зумовлює зростання довіри з боку населення й міжнародних партнерів. Моніторинг – це процес спостереження, аналізу, контролю за організацією соціальної взаємодії. Важливою складовою моніторингу є його спрямованість на регулювання поведінки учасників екстралінгвістичної ситуації.

Тактика здобування прихильності спрямована на формування у свідомості читача асоціацій зі знаком плюс, тобто таких, які не викликають негативних реакцій.

Тактика самопросування – це представлення інформації про компетентність та позитивні якості ООН для того, щоб бути гідно оціненою й завдяки цьому здобути повагу в очах цільової аудиторії. Тому міжнародна організація намагається всіляко акцентувати увагу на своїх досягненнях. Коли оточення не помічає позитивні сторони діяльності ООН, інституція створює можливості продемонструвати свою компетентність та виразити свій високий статус чи владу. Дії суб'єкта й апеляція до морально-етичних цінностей об'єкта справляють велике враження на адресата й слугують доказом активності суб'єкта. Демонстрація знань і ефективності лежить в основі тактики самопросування.

Під час візиту Пан Гі Муна до Південного Судану Генеральний секретар ООН рішуче підтримав мир і стабільність у цій країні, представляючи місію з підтримки миру в зоні конфлікту:

“We are monitoring the ceasefire and training police. We are promoting local reconciliation and supporting disarmament and demobilization. We are assisting efforts to strengthen rule of law and the observance of human rights. We are

facilitating the return of refugees and displaced persons” [11].

У вищезазначеному реченні тактика самопросування реалізується за допомогою демонстрації діяльній ефективності міжнародної організації ООН. Генеральний секретар у промові апелює до мирного врегулювання конфлікту. Іменники *ceasefire, disarmament, demobilization* та іменні словосполучення *rule of law, observance of human rights, return of refugees and displaced persons* сприяють розстановці ідеологічних акцентів, які полягають у необхідності встановлення стійкого миру та дотримання прав і свобод людини в Південному Судані. Особливий займенник ми (*we*) створює опозицію ми – вони, тобто референція спрямована на працівників ООН, залучених до процесу становлення миру в зоні нестабільності. Теперішній тривалий час виражає наявність дій у полі зору Генерального секретаря ООН Пан Гі Муна. Це свідчить про контроль ситуації керівництвом міжнародної організації.

Основною метою діяльності ООН є підтримка миру й безпеки в усьому світі. Проведені дослідження підтверджують миротворчу спрямованість міжнародної організації:

“Research credits UN peacemaking, peacekeeping and conflict prevention activities as a major factor behind a 40-per cent decline in conflict around the world since the 1990s” [11].

Абстрактні іменники *peacemaking, peacekeeping* апелюють до встановлення й підтримки миру в світі. Ядерним компонентом у складених іменниках є поняття мир (*peace*), для якого характерне включення в певні обставини. У субстантивному словосполученні *conflict prevention* головним є іменник *prevention*, який передає значення запобігання. Поняття «запобігання» передбачає комплекс заходів, спрямованих на уникнення конфлікту. Таким чином, адресант повідомлення наголошує на миротворчій активності міжнародної організації ООН.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, стратегія самопрезентації реалізується через тактики здобування прихильності й самопросування, які формують позитивний образ міжнародної організації у свідомості читачів, надаючи їй схвальних якостей, що зміцнюють позиції ООН у світі. Усі вищезазначені підходи до визначення поняття «дискурсивна стратегія» й «дискурсивна тактика» слугують теоретичною базою для розгляду формування позитивного іміджу ООН. Перспективи подальших досліджень вбачаємо в



дослідженні інших засобів, які впливають на експлікацію позитивного іміджу міжнародної організації ООН в англomовному медіа-дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Арутюнова Н. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь / Н. Арутюнова – М. : Сов. Энциклопедия, 1990. – 688 с.
2. Иссерс О. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. Иссерс. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. Иссерс О. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. Иссерс. – М. : УРСС, 2003. – 284 с.
4. Копнина Г. Речевое манипулирование : [учебное пособие] / Г. Копнина. – М. : Флинта, 2008. – 176 с.
5. Макаров М. Основы теории дискурса / М. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
6. Паршина О. Российская политическая речь: Теория и практика /
7. Паршина. – М. : ЛКИ, 2007. – 232 с.
8. Фролова І. Дискурсивна стратегія як когнітивно-комунікативний феномен / І. Фролова. – Сімферополь, 2006. – № 82. – С. 207–209.
9. Чейф У. Данное, контрастивность, определенность, подлежащее, топики и точка зрения / У. Чейф. – М., 1982. – 316 с.
10. Черногрудова Е. Основы речевой коммуникации : [учебное пособие] / Е. Черногрудова. – М. : Изд-во «Экзамен», 2008. – 126 с.
11. Юшковець І. Комунікативні стратегії й тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / І. Юшковець. – Донецьк, 2008. – 23 с.
12. United Nations Centre [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org/ru/index.html>.