

УДК 811.111/007
ББК 74.580.0

Оліяр М.П.,
доцент кафедри педагогіки та
методики початкової освіти
Прикарпатського національного
університету імені Василя Стефаника

Mariya Oliyar,
the associate professor of the department
of pedagogics and elementary
education methodology
at the Precarpathian national University
named after Vasyl Stefanyk

СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ПЕДАГОГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті здійснено аналіз наукових досліджень стратегій і тактик педагогічної комунікації. З'ясовано зміст понять «комунікативна стратегія», «комунікативна тактика». Проаналізовано класифікації комунікативних стратегій педагогічного дискурсу.

Ключові слова: педагогічна комунікація, педагогічний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, класифікація комунікативних стратегій.

В статье осуществлен анализ научных исследований стратегий и тактик педагогической коммуникации. Раскрыто содержание понятий «коммуникативная стратегия», «коммуникативная тактика». Проанализированы классификации коммуникативных стратегий педагогического дискурса.

Ключевые слова: педагогическая коммуникация, педагогический дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, классификация коммуникативных стратегий.

В статье осуществлен анализ научных исследований стратегий и тактик педагогической коммуникации. Раскрыто содержание понятий «коммуникативная стратегия», «коммуникативная тактика». Проанализированы классификации коммуникативных стратегий педагогического дискурса.

Ключевые слова: педагогическая коммуникация, педагогический дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, классификация коммуникативных стратегий.

Постановка проблеми. Практика комунікативної взаємодії педагога з учнями вимагає, щоб комунікативні дії вчителя були належним чином сплановані і результативні. Якщо звичайне побутове мовлення переважно попередньо не планується, то вчитель робити це зобов'язаний. Особливістю стратегічного планування комунікації є те, що воно вимагає володіння великим обсягом як загальних абстрактних, так і епізодичних знань. Водночас комунікативні стратегії – це свого роду гіпотези відносно того, як буде відбуватися комунікативна взаємодія, оскільки не існує єдиного для всіх носіїв мови уявлення про той чи інший тип взаємодії. Отже, стратегічний процес не можна вкласти в межі алгоритму чи певних правил, що зумовлює значні труднощі в опануванні ними. Однак будь-які комунікативні стратегії можуть бути описані у вигляді комунікативного продукту і з великим ступенем ймовірності гарантувати успіх у комунікативній взаємодії, якщо виявлені умови, які визначають стратегічний результат.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значення спілкування в житті людини, сутність комунікативно-мовленнєвого акту, умови його ефективності привертала увагу багатьох науковців (І. Данилюк, А. Загнітко, Л. Зубенко, О. Іссерс, В. Немцов, Ю. Романенко та ін.). Однак такий бік професійно-педагогічного спілкування, як використання комунікативних стратегій і тактик, залишається малодослідженим.

Виклад основного матеріалу. У лінгвістиці активне використання понять «комунікативні стратегії» та «комунікативні тактики» розпочалося з середини 80-х років ХХ ст. у зв'язку з розвитком прагматичного підходу до аналізу мовних явищ. Однак у сучасній науці досі не склалося єдиного підходу до визначення поняття «комунікативна стратегія». Так, під комунікативною стратегією розуміють сукупність запланованих мовцем дій і реалізованих у ході комунікативного акту теоретичних ходів, спрямованих на досягнення комунікативної мети [13]; «правила і послідовності комунікативних дій, яких дотримується адресант для досягнення певної

комунікативної мети [2]; «творчу реалізацію комунікантом плану побудови своєї мовленнєвої поведінки з метою досягнення загального (глобального) мовного / немовного завдання в мовленнєвій події» [9, с. 40]; результат організації мовленнєвої поведінки мовця відповідно до прагматичної настанови, інтенції.

Стратегія представляє динамічний аспект дискурсу; «спосіб організації мовленнєвої поведінки відповідно до задуму, інтенції комунікантів. У широкому смислі комунікативна стратегія розуміється як надзадача мовлення, яка диктується практичними цілями мовця. Комунікативна стратегія мовлення є способом реалізації задуму, вона передбачає відбір фактів та їх подання в певному висвітленні з метою впливу на інтелектуальну, вольову та емоційну сфери адресата» [4, с. 85-86]; частина комунікативної поведінки або комунікативної взаємодії, в якій серія вербальних і невербальних засобів використовується для досягнення певної комунікативної мети [10, с. 122]. Комунікативна стратегія, як зазначає Ф. Бацевич, включає вибір глобального мовленнєвого наміру (констатувати факт, поставити запитання, звернутися з проханням тощо); відбір семантики речення і позалінгвальних чинників (соціально-психологічних, фізичних, часових обставин), які відповідають модифікаційним комунікативним значенням; визначення інформації на одну тему, одну рему; встановлення співвідношення часток інформації про ситуацію зі станом свідомості співбесідників і чинником емпатії; визначення порядку комунікативних складових; налаштування комунікативної структури на певний комунікативний режим, стиль і жанр мовлення [2, с. 118-119].

Аналіз наведених трактувань комунікативної (мовленнєвої) стратегії та її структури засвідчує, що спільною в них є ідея планування комунікативних дій та їх спрямованість на більш чи менш ймовірне досягнення запланованої мети. Кожна комунікативна стратегія формується відповідно до комунікативної ситуації, а тому, на думку О. Іссерс, для правильного вибору

комунікативних стратегій мовець повинен мати знання про різні ситуації спілкування та володіти елементарними вміннями їх аналізу [12].

Комунікативна ситуація визначається як конкретна ситуація спілкування, в якій беруть участь партнери по комунікації і яка спонукає її учасників до міжособистісної інтеракції. Комунікативна ситуація визначає мовленнєву поведінку, способи реалізації комунікативної інтенції, тобто стратегію, тактику тощо [2, с. 337]. Принцип ситуативності є одним з провідних у комунікативному підході, оскільки комунікативність завжди пов'язана з ситуативністю (Л. Васильєва, І. Кочан, К. Кусько, Л. Паламар, О. Тарнопольський, Г. Швець). У лінгводидактиці комунікативна ситуація виступає структурно складним методом навчання мови, який моделює реальні життєві умови спілкування, розвиває мотивацію комунікативної діяльності і включає: обставини, в яких відбувається комунікація; стосунки між комунікантами; мовленнєві наміри; реалізацію самого акту спілкування, який створює нові стимули до мовлення.

Основою моделювання навчально-комунікативної ситуації є певна проблема, що виражається в комунікативному завданні, яке скеровує мовленнєву поведінку студентів для досягнення комунікативної мети. Отже, результативність методу залежить від точного визначення мети застосування ситуації, змісту, що відповідає темі заняття, має фахову значущість, максимально наближає студента до реалій шкільного життя, задовольняє фахово спрямовані інтереси, спонукає майбутніх учителів до професійно зорієнтованої мовленнєвої діяльності, збагачує досвід комунікативної взаємодії, допомагає розвинути нестандартне мислення, сформувані комунікативні вміння. Найбільше цьому сприяє реалізація комунікативних ситуацій у ділових та рольових іграх, де студенти стають суб'єктами професійно зорієнтованого спілкування, асоціюючи себе з певною дійовою особою, усвідомлюють його змістовий та процесуальний аспекти.

Комунікативна взаємодія рідко відбувається заради неї самої. Найчастіше мовець керується певними мотивами (бажання самовиразитися,

донести зміст певної інформації, реалізувати свої інтенції, бути ефективним, пристосуватися до ситуації, одержати позитивні емоції, уникнути негативних тощо). Мотиви мовлення відображаються в комунікативних цілях, серед яких учені виділяють первинні (вони є основою комунікативного процесу) і вторинні (впливають на добір мовного матеріалу та визначають тип комунікативної поведінки. Тому комунікативні стратегії завжди тісно пов'язані з мотиваційною сферою мовця, поєднують докомунікативні компоненти з компонентами, реалізованими в мовленнєвому плані, і спрямовані на те, щоб посилити стратегічно більш важливі компоненти змісту повідомлення і, навпаки, послабити менш важливі. Крім цього, комунікативні стратегії залежать від комунікативних інтенцій, комунікативної мети, а також від віку комунікантів, їхнього соціального статусу, національності, рівня загальної культури тощо.

Засобом реалізації комунікативної стратегії є комунікативні тактики, отже, комунікативна (мовленнєва) стратегія і тактика пов'язані між собою як рід і вид. Комунікативну тактику розуміють як: мовленнєві прийоми, що дозволяють досягти мети в певній ситуації [6, с. 208]; сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії [13]; «сукупність прийомів і методів реалізації комунікативної стратегії, визначену лінію мовленнєвої поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту та запобігання ефекту небажаного» [2].

І. Труфанова розглядає мовленнєву тактику у взаємозв'язку з мовленнєвим жанром та мовленнєвою поведінкою: «Тактика покликана забезпечити здійснення обраної комунікативної стратегії та розгортання обраного жанру. З погляду членування мовленнєвого потоку, розгортання мовленнєвого жанру, вона є мовленнєвою дією – мінімальною його одиницею. З погляду її ролі як засобу здійснення комунікативної стратегії, вона є прийомом мовленнєвої поведінки» [16, с. 60-61].

І. Борисова та А. Загнітко розглядають комунікативну тактику в межах діалогу «як динамічне використання комунікантами мовленнєвих умінь

побудови реплік діалогу, що конструюють ту чи іншу стратегію діалогознавства» [3, с. 23]; спосіб реалізації мовленнєвої стратегії, який «формує частини діалогу, групує і чергуючи модальні відтінки розмови (оцінки, думки, радості тощо)» [8, с. 13].

У різних комунікативних сферах та ситуаціях використовуються різні тактики. Комунікативна тактика як одна або кілька дій, що дають змогу реалізувати стратегію, є динамічною структурою, вона зумовлює гнучкість стратегії і забезпечує оперативне реагування на ситуацію. Розглядаючи лінгводидактичні проблеми мовленнєвого планування і контролю, О. Іссерс пропонує таку модель мовленнєвої тактики як схему планування мовленнєвих дій: 1. Мета мовленнєвої взаємодії. 2. Особливості майбутньої комунікативної події. 3. Позиція сторін у майбутньому діалозі. 4. Настанови на тип спілкування. 5. Умови успішності мовленнєвої тактики і перлокутивні ефекти. 6. Послідовність комунікативних кроків. 7. Вибір мовних ресурсів [11, с. 246-254].

З поняттям комунікативної стратегії пов'язані також поняття комунікативної мети, комунікативного наміру (завдання), комунікативного досвіду, комунікативної компетенції. За Ф. Бацевичем, комунікативна мета – стратегічний результат, на який скероване конкретне спілкування, комунікативний акт; комунікативний намір (завдання) – тактичний хід, практичний засіб руху до відповідної комунікативної мети; комунікативний досвід – сукупність знань про вдалі та невдалі комунікативні тактики, які сприяють або не сприяють реалізації відповідних комунікативних стратегій; комунікативна компетенція – сукупність комунікативних стратегій і комунікативних правил, постулатів, конвенцій тощо, якими володіють учасники спілкування [2, с. 120-122].

О. Іссерс зауважує, що планування комунікативної поведінки – це лише частина інтерактивного процесу, в якому слухач також активно інтерпретує мовленнєві дії та визначає власні комунікативні стратегії. Тому в процесі

спілкування важливо враховувати ефекти взаємовпливу, оскільки при цьому відбувається корекція моделі світу обох комунікантів [11, с. 17].

Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій і тактик цілеспрямовано добираються мовцем як ініціатором спілкування відповідно до мети, стилістичного спрямування, характеру адресата, комунікативної ситуації таким чином, щоб вони максимально точно виразили його інтенцію. Завдання адресата – правильно дешифрувати інтенційний зміст сказаного.

Існують різні підходи до класифікації комунікативних стратегій. Так, В. Дем'янков пропонує загальну класифікацію комунікативних стратегій на два види: стратегії на основі загальних властивостей комунікації (мовленнєві, паралінгвістичні) та стратегії вербального спілкування (стратегії, що використовують властивості динаміки комунікації, тобто організації розмови; знання системи одиниць спілкування; володіння технікою реалізації конкретних мовних актів; стратегії здійснення висловлювання) [7, с. 335].

О. Мельніченко вважає, що всі комунікативні стратегії підпорядковуються двом глобальним авторським стратегіям: стратегіям закріплення фокусу уваги та перенесення фокусу уваги. До першої з них належать стратегії глобалізації, інтимізації, мовленнєвого лаконізму, до другої – стратегії контрастування, дезорієнтації, створення дискомфорту, кожна з яких реалізується за допомогою трьох тактик. Наприклад, стратегія глобалізації включає тактики нарощення смислу, перетину смислів, тактику смислозагальнення. Стратегія контрастування включає: тактику маніпулювання смислом повідомлення та формою його вираження; тактику розведення смислу та форми; тактику зіставлення смислу та форми [14, с. 142-144].

Ф. Бацевич виділяє власне комунікативну стратегію, що являє собою правила і послідовності, яких дотримується адресант, і змістову, тобто покрокове змістове планування мети висловлювання з використання мовного й позамовного коду для кожного кроку, акту комунікації. Стратегії

мовленнєвого спілкування поділяють також на кооперативні (неконфліктні): обмін думками, поради, розповіді; некооперативні (конфліктні): суперечки, претензії, погрози, ухиляння від відповідей та ін. [2, с. 119].

Оскільки матеріальним втіленням комунікативної стратегії є текст, К. Серажим запропонував класифікацію мовленнєвих стратегій, яка включає конструктивно-генеративну стратегію, що передбачає побудову тексту з чітко визначеним комунікативним завданням; транспозитивну стратегію, сутність якої полягає в перекладі однієї з форм безпосередньої усної комунікації в текстову форму; стратегію побудови дискурсу за наявною або аналогічною текстовою моделлю; трансформуючу стратегію – перероблення тексту за канонами інших жанрів [15, с. 96].

Стратегії навчально-педагогічного дискурсу мають свою специфіку, пов'язану зі сферою соціальної діяльності. Показниками стратегій навчально-педагогічного дискурсу, на думку А. Габідулліної, є складні комунікативні події і тексти як їх матеріальне втілення [5]. Специфіка стратегій навчально-педагогічного дискурсу полягає в тому, що найважливіше його завдання – засвоєння нових знань, формування умінь та навичок. У зв'язку з цим А. Габідулліна пропонує таку класифікацію комунікативних стратегій: основні епістемічні (пізнавальні) макростратегії та допоміжні мікростратегії – метадискурсивні і комунікативно-прагматичні. Епістемічні стратегії забезпечують репродуктивну діяльність (нормативно-репрезентативні стратегії – пояснювальна, оцінювальна, контролююча, сприяюча, організаційна) та ініціюють діалогічну, креативну діяльність (проективні стратегії).

А. Габідулліна зазначає, що цей тип стратегій пов'язаний із процесом навчання, а тому співвідноситься з дидактичними завданнями, методами, технологіями. Спільним між епістемічною стратегією та методом навчання є: цілепокладання, планування, спрямованість на певний результат, вибір дидактичних прийомів і засобів. Дослідниця доходить висновку, що стратегія

і метод співвідносяться між собою як задача і спосіб її вирішення. Метадискурсивні стратегії є проміжною ланкою між епістемічними і комунікативно-прагматичними стратегіями, експлікуючи різноманітні аспекти навчальної взаємодії, породження навчального тексту і його зв'язку з комунікативною ситуацією. Комунікативно-прагматичні стратегії (етикетні, імперативні, оцінні) регулюють соціальне і міжособистісне спілкування учасників навчально-педагогічного дискурсу і відображають в основному психологічний аспект взаємодії вчителя та учнів. Ці стратегії автор вважає універсальними, оскільки вони включають спільні складові будь-якого інституційного чи міжособистісного спілкування. Комунікативно-прагматичні стратегії сприяють ефективній організації діалогічної взаємодії, оптимальному впливу на адресата, базуються на дотриманні стандартизованих норм соціальної мовленнєвої поведінки, якої очікують від людини в конкретній комунікативній ситуації. Кожна із стратегій реалізується з допомогою низки тактик. Наприклад, організаційна епістемічна стратегія, яка передбачає актуалізацію опорних знань і використовується в мовленнєвому жанрі бесіди, реалізується з допомогою таких тактик: постановка пізнавального завдання; навчальні запитання; формулювання дефініцій; формулювання правил; формулювання завдань; поточнення; опис послідовності навчальних дій тощо [5, с. 63-78].

Н. Антонова визначає дискурсивну стратегію як «лінію мовленнєвої поведінки суб'єкта спілкування в умовах соціальної взаємодії, спрямовану на досягнення комунікативних цілей та завдань і виражену конкретними мовними засобами» [1]. Учена вказує, що стратегії і тактики педагогічного спілкування тісно пов'язані з функціями спілкування. Основними стратегіями мовленнєвої поведінки вчителя вона вважає імперативну, інформаційну та комунікативно-регулювальну. Серед тактик педагогічного дискурсу, які використовуються вчителем, Н. Антонова виділяє загальні, які служать для реалізації кількох стратегій мовленнєвої поведінки, і спеціалізовані, характерні для однієї стратегії.

Імперативна стратегія, зазначає Н. Антонова, реалізується з допомогою тактик встановлення контакту, стимулювання уваги, пам'яті, фізичної та розумової діяльності, контролюючої тактики. Інформативна стратегія здійснюється тактиками ініціювання комунікації, активізації фізичної та інтелектуальної діяльності учнів, підтримки діяльності та мовленнєвого контакту, пояснення, уточнення, оцінки дій учнів. Комунікативно-регулювальна стратегія реалізується насамперед тактикою встановлення мовленнєвого контакту через мовленнєві акти привітання, звертання, повідомлення теми уроку, підтримки мовленнєвого контакту, переривання мовленнєвого контакту [1].

Загалом проблема класифікацій комунікативних стратегій педагогічного дискурсу залишається дискусійною. Аналіз підходів до класифікації комунікативних стратегій, у тому числі стратегій навчально-педагогічного дискурсу, засвідчує, що найчастіше вчені при їх визначенні орієнтуються на функціональні характеристики цього виду соціальної діяльності.

Дослідниця лінгводидактичних засад навчання стратегічного планування комунікації О. Іссерс зазначає, що організація такого навчання – завдання складне, стандартний репертуар стратегій і тактик, який знаходиться в розпорядженні мовця, недостатньо досліджений ученими, а передання інформації в процесі комунікації переважно відбувається неусвідомлено, автоматично. Водночас чимало ситуацій, насамперед у професійному мовленні, вимагають піднятися над інтуїтивними уявленнями про комунікативний процес і здійснювати свідомий вибір оптимальних мовленнєвих ресурсів. Для людини, яка звикла рефлексувати з приводу власного мовлення (а це стосується насамперед учителя, для якого педагогічне мовлення є основним засобом реалізації професійних завдань), стратегічне і тактичне планування мовленнєвих дій – цілком досяжне завдання. Критерієм успіху в комунікації, як і в будь-якій іншій діяльності, О. Іссерс вважає досягнення прогнозованого результату, тому

комунікативний підхід до аналізу мовленнєвої поведінки малоефективний, якщо ігнорується факт успішної чи неуспішної комунікації [11].

Висновки. Таким чином, в основі лінгводидактичної концепції стратегічного планування вчителем комунікативного процесу повинна лежати модель комунікативної ситуації з різними параметрами та модифікаціями. Комунікативне завдання, як правило, вирішується не одним звертанням до партнера, а в ході діалогу з ним. При цьому кожен учасник діалогу переслідує свої цілі і, як правило, не користується готовими схемами комунікації, а конструює свої звертання до співрозмовника залежно від ситуації. Водночас у педагогічному дискурсі як інституційному за своєю природою існує чимало стереотипних ситуацій, і саме вони можуть слугувати базою для експериментального навчання. Тому стратегічний підхід як особливий тип прагматичного опису дискурсу є ефективним.

1. Антонова Н. А. Педагогический дискурс : речевое поведение учителя на уроке [Электронный ресурс] : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Н. А. Антонова. – Саратов, 2007. – 23 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/pedagogicheskii-diskurs-rechevoe-povedenie-uchitelya-na-uroke>.
2. Бацевич Ф. С. Основы комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
3. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге / И. Н. Борисова // Русская разговорная речь как явление городской культуры / под ред. Т. В. Матвеевой. – Екатеринбург : АРГО, 1996. – С. 21–48.
4. Борисова И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа / И. Н. Борисова // Жанры речи. – Саратов : Колледж, 1999. – Вып. 2. – С. 85–86.
5. Габидулина А. Р. Педагогическая лингвистика : учеб. пособ. для студ. высших учебных заведений / А. Р. Габидулина. – Горловка : ГГПИИЯ, 2011. – 208 с.
6. Гойхман О. Я. Основы речевой коммуникации / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : Инфра-М, 1997. – 272 с.
7. Демьянков В. З. Конвенции, правила и стратегии общения : (Интерпретирующий подход к аргументации) [Электронный ресурс] / В. З. Демьянков // Изв. АН СССР. Сер.

литературы и языка. – М., 1982. – Т. 41. – № 4. – С. 327–337. – Режим доступа : http://www.infolex.ru/IZV4_82.html.

8. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики : поняття і терміни : у 4 т. / А. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2012. – Т. 3 : П–С. – 426 с. ; Т. 4 : Т–Я. – 388 с.

9. Зернецкий П. В. Лингвистические аспекты теории речевой деятельности / П. В. Зернецкий // Языковое общение : процессы и единицы : межвуз. сб. науч. тр. – Калинин : КГУ, 1988. – С. 36–41.

10. Игнатенко Л. Ю. Повтор как одна из стратегий речевого воздействия / Л. Ю. Игнатенко // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – Харків : Константа, 2005. – № 649. – С. 150–153.

11. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : автореф. дис. на соискание уч. степ. д-ра филол. наук : 10.02.01 «Русский язык» / О. С. Иссерс. – Екатеринбург, 1999. – 29 с.

12. Иссерс О. С. Речевое воздействие : учеб. пособ. для студ., обучающихся по спец. «Связи с общественностью» / О. С. Иссерс. – 2-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.

13. Ключев Е. В. Речевая коммуникация : учеб. пособ. для ун-тов и ин-тов / Е. В. Ключев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.

14. Мельніченко О. В. Роль графона в організації комунікативних стратегій глобалізації, контрастування та створення дискомфорту / О. В. Мельніченко // Лінгвістика тексту : [хрестоматія] / упоряд.: А. Загнітко, Г. Монастирецька. – Донецьк : ДонНУ, 2009. – С. 142–146.

15. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) : [монографія] / К. Серажим ; за ред. В. Різуна. – Київ, 2002. – 392 с.

16. Труфанова И. В. О разграничении понятий : речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // Филологические науки. – 2001. – № 3. – С. 56–65.