

Turtelbaum 1995: Turtelbaum, Jon. While You Were Slipping. 1995 [Electronic resource] : romantic comedy / Jon Turtelbaum. – 102 Min. – Hollywood pictures. – Access mode : URL : <http://www.youtube.com/watch?v=d3RSYSsgz3w> (01.01.2013) – While You Were Slipping.

White 2013: White, John. Amnesia jokes [Electronic resource] : jokes / JohnWhite. – Access mode : URL : <http://www.jokebuddha.com/Amnesia#ixzz2Gjwjtij00> (01.01.2013) – Amnesia.

Zinnerman 1987: Zinnerman, Tim. The Running Man 1987 [Electronic resource] : science-fiction-action film / Tim Zinnerman – 101 Min. – TriStar Pictures. – Access mode : URL : <http://www.imdb.com/title/tt0093894/quotes> (15.01.2013).

*Проведене дослідження виявляє те, що комунікативна тактика брехні є поширеною в американському дискурсі комічного. Вона застосовується через різні типи інсинуативних комунікативних актів із використанням наступних різновидів комічної брехні 'Сніжна лавина брехні', 'Претензія на винахід', 'Блеф підтримки', 'Блеф загрози зброєю', 'Удавання амнезії', 'Брехня шахрая артиста' тощо. Щонайменше частково комічна брехня базується на когнітивному патерні ілюзорної переваги. Початок третього тисячоліття характеризується процесом номінації та стандартизації суто американської термінології, розробленої спеціально для американської літератури та кінематографа.*

*Ключові слова: американський дискурс комічного, стилістична фігура, троп, когнітивний патерн, рефреймінг.*

Available 3 August 2013.

**Tatyana Kitayeva**

УДК 81'23

### **КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ АДРЕСАНТА**

*Typology of views on the terms "communicative strategy" and "communicative tactic" is analyzed. The essence of the concept of communicative competence as a complex concept is considered. The personal-professional qualities of the addresser are characterized. The role of communicative competence is specified in the process of creating interview.*

*Keywords: communication, communicative strategy, communicative tactics, communicative competence, addresser, interview, communicative act.*

**Вступні міркування.** Одним з пріоритетних наукових напрямів антропоцентричної лінгвістики є дослідження комунікативної поведінки. Науковці звертають увагу не тільки на мову як на систему комунікативних засобів, а й на використання мови людиною. Це стосується низки напрямів сучасної лінгвістики – комунікативної, прагмалінгвістики, гендерної, соціо- та психолінгвістики. Завданням таких досліджень є практичний опис комунікативної поведінки особистості, різних вікових, соціальних, професійних і гендерних груп, територіальних спільнот [Анохина 2008: 64].

У процесі спілкування, вербального або письмового, кожна людина намагається досягти максимального результату та ефективності. Мовна репрезентація комунікації зумовлена комунікативною спрямованістю, соціально-рольовою належністю, психологічними чинниками. Лексичне наповнення, синтаксичні структури, послідовність фраз та ін. можуть обиратися неусвідомлено або ж детально продумуватися учасниками комунікації, залежно від того, яка поставлені перед ними мета та завдання. Найчастіше головну роль у досягненні ефективності повідомлення відіграють його суб'єктивні компоненти, експліцитно або імпліцитно виражені у висловленні [Формановская 2000].

Спілкування людей зумовлюється взаємною необхідністю (потребою). Усвідомлено чи неусвідомлено комунікативні потреби мовців утілюються в комунікативні інтенції. Загальна

інтенція мовця становить підґрунтя стратегії мовленнєвого спілкування, або комунікативної стратегії.

У статті зроблено спробу проаналізувати сутність понять *комунікативна стратегія*, *комунікативна тактика*, а також *комунікативна компетентність* як невід'ємних складників успішного процесу комунікації.

**Актуальність** роботи зумовлена розглядом проблеми вивчення комунікативної поведінки адресанта, зумовленої залученими ним комунікативними стратегіями і тактиками.

**Мета** дослідження полягає у вивченні понять *комунікативна стратегія*, *комунікативна тактика*, *комунікативна компетентність* як комплексних понять, які перебувають на межі низки наук: соціальної психології, лінгвістики й психолінгвістики, що ставить перед нами необхідність вирішення таких **завдань**: 1) проаналізувати типологію поглядів на поняття комунікативної стратегії і комунікативної тактики; 2) розглянути сутність поняття комунікативна компетентність як комплексного поняття; 3) схарактеризувати особистісно-професійні якості адресанта.

Створюючи певний текст, адресант, у першу чергу, думає про необхідний йому результат, про ефективність повідомлення і, відповідно, про те, які підходи йому необхідно обрати для того щоб, отримати цей результат. Варіантом реалізації комунікативної поведінки є мовленнєві стратегії і тактики. Саме тому в статті ми зупинимось на розгляді комунікативно-стратегічного чинника спілкування.

**Розуміння понять «комунікативна стратегія» і «комунікативна тактика».** Призначення комунікативно-мовленнєвого акту в житті суспільства, в житті людини, етика спілкування, умови його ефективності давно привертають увагу науковців. Цій проблемі присвячені наукові праці А. Загнітка, І. Данилюка [Загнітко, Данилюк 2004], Л. Зубенко, В. Немцова [Зубенко, Немцов 2002] та ін. Проте питання культури міжособистісного спілкування, професійного спілкування, залучених стратегій і тактик мовленнєвого спілкування, питання комунікативної компетентності ще потребують подальшого наукового дослідження.

Кожний носій мови знає, що мовленнєві дії можна планувати, а в окремих випадках це робити необхідно. Поняття комунікативної стратегії і тактики не є відкриттям останнього десятиріччя. Активне використання цих термінів почалося з середини 80-х рр., що відбило посилення комунікативно-прагматичного підходу до аналізу мовних фактів.

Поняття «стратегія» не є лінгвістичним, а запозичене з військової науки. У військовій справі стратегія визначається як «сфера військового мистецтва, що включає теорію і практику ведення війни, військових кампаній і великих бойових операцій», у ширшому розумінні – це «мистецтво планування чи керівництва, що ґрунтується на правильних далекоглядних прогнозах».

Незважаючи на те, що комунікативні стратегії є предметом багатьох лінгвістичних досліджень, їхнього однозначного визначення досі не існує. У сучасній науці є декілька різних підходів щодо визначення понять комунікативної стратегії і комунікативної тактики. Проаналізуємо деякі з них.

Так, Є. Ключев говорить про те, що введення поняття комунікативної стратегії призводить до необхідності звернення до інших понять – комунікативна мета, комунікативний намір, комунікативна задача, комунікативна інтенція, комунікативна тактика, комунікативна перспектива, комунікативний досвід і комунікативна компетенція.

Розглянемо сутність цих понять у розумінні Є. Ключева.

Під комунікативною стратегією дослідник розуміє сукупність запланованих мовцем дій і реалізованих у ході комунікативного акту теоретичних ходів, спрямованих на досягнення комунікативної мети. Уявлення про спосіб об'єднання цих теоретичних ходів у єдине ціле (комунікативну стратегію) називається комунікативною інтенцією, що і є рушійною силою комунікативної стратегії.

*Комунікативна мета* – стратегічний результат, на який спрямований комунікативний акт.

*Комунікативна компетенція* – це набір комунікативних стратегій, властивих індивіду або групі індивідів.

*Комунікативна тактика* – сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії, тобто комунікативна тактика, на відміну від комунікативної стратегії, перш за все співвіднесена не з комунікативною метою, а з набором комунікативних намірів.

*Комунікативний намір* – тактичний хід, що є практичним засобом досягнення відповідної комунікативної мети. Уся сукупність таких практичних засобів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії створює комунікативну тактику.

*Комунікативний досвід* – сукупність уявлень про успішні та неуспішні комунікативні тактики, що призводять чи не призводять до реалізації відповідних комунікативних стратегій.

Отже, процес спілкування, на думку Є. Ключова, виглядає так: використовуючи комунікативну компетенцію, мовець ставить перед собою комунікативну мету і, дотримуючись відповідної певної комунікативної інтенції, виробляє комунікативну стратегію, що перетворюється (або не перетворюється) на комунікативну тактику як сукупність комунікативних намірів (комунікативних завдань), поповнюючи комунікативний досвід мовця [Ключев 2002: 17-20].

А. Загнітко у «Словнику сучасної лінгвістики: поняття і терміни» наводить таке визначення мовленнєвої стратегії: «Стратегія мовленнєва – певні лінії побудови мовленнєвих актів для досягнення поставленої мети та реалізації відповідних завдань. Стратегію мовленнєву визначає макроінтенція одного або усіх учасників діалогу, зумовлена соціальними і психологічними ситуаціями...» [Загнітко 2012, Т. 3: 397].

Відповідно, мовленнєва тактика, на думку А. Загнітка, це: «Тактика мовленнєва – спосіб реалізації мовленнєвої стратегії; формує частини діалогу, групує і чергуючи модальні відтінки розмови (оцінки, думки, радості тощо)» [Загнітко 2012, Т. 4: 13].

Основу лексичного значення стратегії становить ідея планування дій. У психологічній інтерпретації цього поняття також зберігається ідея прогнозу поведінки комунікантів. Усі види стратегій поєднують тим, що вони репрезентують щось на кшталт гіпотези прогнозування щодо майбутньої ситуації та мають більший чи менший ступінь імовірності.

На думку О. Иссерс, для того, щоб планувати мовленнєві дії, мовці повинні мати уявлення про звичайні ситуації спілкування, а також володіти хоча б елементарним досвідом їхнього аналізу [Иссерс 2011].

Прогноз майбутньої вербальної комунікації будується на основі уявлень про мовленнєвий акт (або серії мовленнєвих актів), комунікативної взаємодії (з урахуванням мотивів і умов мовця та слухача, їхніх вербальних і невербальних дій) та усієї ситуації в цілому. Ці уявлення зумовлюють стратегічний вибір значущих одиниць різних рівнів та способів їхньої організації, тобто створення тексту, оптимального для вирішення комунікативного завдання мовця. Водночас варто враховувати, що планування мовленнєвої поведінки – це частина інтерактивного процесу, в якому слухач не пасивно сприймає текст-повідомлення мовця, а активно інтерпретує його мовленнєві дії, реалізуючи власну стратегічну лінію [Иссерс 2011: 183].

О. Сковородников говорить про те, що поняття «мовленнєва тактика» (відповідно – комунікативна тактика) і «мовленнєва стратегія» (відповідно – комунікативна стратегія) системно пов'язані як частина і ціле, отже, визначати їх треба у співвідношенні один з одним. Виходячи з цих положень та узагальнюючи судження, висловлені про ці поняття іншими авторами, О. Сковородников визначає поняття «мовленнєва (комунікативна) стратегія» та «мовленнєва (комунікативна) тактика» так:

«Мовленнєва (комунікативна) стратегія – це загальний план, або «вектор», мовленнєвої поведінки, що виражається у виборі системи продуманих мовцем ... поетапних мовленнєвих

## SECTION VI. Problems of Text Linguistics, Discourse Studies, and Discourse Analysis

дій; лінія мовленнєвої поведінки, усталена на основі комунікативної ситуації загалом та спрямована на досягнення кінцевої комунікативної мети (цілей) у процесі мовленнєвого спілкування. Кожна мовленнєва (комунікативна) стратегія характеризується певним набором мовленнєвих тактик.

Мовленнєва (комунікативна) тактика – це конкретний мовленнєвий хід (крок, поворот, етап) у процесі здійснення мовленнєвої стратегії; мовленнєва дія (мовленнєвий акт або сукупність декількох мовленнєвих актів), що відповідає тому чи іншому етапу в реалізації мовленнєвої стратегії та спрямований на вирішення комунікативного завдання цього етапу. [Сковородников 2004: 6].

І. Борисова вважає, що комунікативна стратегія – «це результат організації мовленнєвої поведінки мовця відповідно до прагматичної настанови, інтенції. У широкому смислі комунікативна стратегія розуміється як загальний намір, завдання у глобальному масштабі..., що диктується практичною метою продуцента». На її думку, комунікативна стратегія передбачає відбір фактів та їхню певну подачу, змушує мовця організовувати своє мовлення, зумовлює підбір і використання мовних засобів [Борисова 1996: 22].

Комунікативну тактику І. Борисова розглядає в межах діалогу: «Тактику спілкування ми розуміємо як динамічне використання комунікантами мовленнєвих умінь побудови реплік діалогу, що конструюють ту чи іншу стратегію діалогознавства» [Борисова 1996: 23].

І. Труфанова формулює власний погляд на поняття мовленнєвої тактики: «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» [Труфанова 2001: 60-61]. Ця думка подібна погляду О. Сковородникова.

Різні стратегії охоплюють усю сферу побудови процесу комунікації та спрямовуються на досягнення певних результатів. «У загальному смислі мовленнєва стратегія включає в себе планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану. Іншими словами, мовленнєва стратегія являє собою комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети» [Иссерс 2008: 54].

Дослідниця, крім комунікативних стратегій і тактик, виділяє комунікативний хід, який можна назвати «мінімальною стратегічною одиницею, що пов'язує репліку мовця та репліку слухача за принципом ілюктивного примусу (або самопримусу). Комунікативний хід визначається щодо передбаченої реакції партнера та з урахуванням попередніх мовленнєвих дій» [Иссерс 1999: 17].

Щодо мовленнєвої тактики О. Иссерс говорить лаконічно: «Мовленнєвою тактикою варто вважати одну або кілька дій, що сприяють реалізації стратегії» [Иссерс 1999: 16].

Мовленнєві стратегії виявляються на основі аналізу ходу діалогової взаємодії протягом усієї розмови. Найменша одиниця дослідження – діалоговий «крок», фрагмент діалогу, що характеризується смисловою вичерпністю. Число таких «кроків» у діалозі може бути різним залежно від теми, відношень між учасниками спілкування та від усіх прагматичних чинників. Стратегію визначає макроінтенція одного або усіх учасників діалогу. Стратегія пов'язана з пошуками спільної мови та напрацюванням основ діалогічного співробітництва: це вибір тональності спілкування, вибір мовного способу подання реального стану справ.

Реалізація плану спілкування (мовленнєвої стратегії) припускає способи його здійснення. Якщо мовленнєву стратегію розуміти як сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення загального комунікативного завдання мовця, то мовленнєвою тактикою варто вважати одну або декілька дій, які сприяють реалізації стратегії.

У реальному спілкуванні люди часто мають не одну мету. Мета спілкування програмує загальну стратегію ініціатора діалогу, відповідні стратегії співрозмовника, визначає тактичні ходи співрозмовників, характер їхніх мовленнєвих дій. На різних етапах взаємодії

комунікантів залежно від кількості цілей або їхньої пріоритетності партнери за комунікацією корегують свої мовленнєві дії. Це стає можливим у силу того, що кожна мовленнєва стратегія характеризується набором певних тактик.

Отже, попри широке використання терміна «стратегія», у лінгвістиці не існує його загальноприйнятої інтерпретації.

Під комунікативною стратегією розуміють вибір певної лінії мовленнєвої поведінки у конкретній ситуації в інтересах досягнення мети комунікації. Реалізуються стратегії за допомогою тактик – конкретних мовленнєвих ходів, послідовності мовленнєвих актів на певному етапі інтеракції. Стратегічний задум визначає вибір засобів і прийомів його реалізації, відповідно, мовленнєва стратегія та мовленнєва тактика пов'язані як рід і вид [Анохина 2008: 65-66].

Отже, на поняття «комунікативна тактика», «комунікативна стратегія» в лінгвістиці існує чимало поглядів (О. Іссерс, О. Романов, І. Борисова, І. Труфанова, Є. Ключев, В. Костомаров, О. Паршина, Я. Ритникова). Узагальнення різноманітних поглядів дозволяє визначити комунікативну стратегію як планування мовленнєво-мисленнєвого процесу залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, сукупність мовленнєвих дій, що співвідносяться з планом досягнення глобального комунікативного завдання і локальної комунікативної мети; план комплексного мовленнєвого впливу на реципієнта; а тактику – як конкретні шляхи й способи досягнення поставленої комунікативно-прагматичної мети, що сприяє реалізації стратегії [Богачева 2010].

**Комунікативна компетентність як складник успішної реалізації комунікативної тактики і стратегії адресанта.** Однією з головних проблем, з якою часто стикається суспільство, зокрема люди різних вікових груп у професійній і міжособистісній взаємодії, полягає в їхній нездатності, неготовності встановлювати й підтримувати один з одним особистісні й ділові взаємини. Така проблема виникає через недостатній рівень комунікативної компетенції особистості, через що досить часто виникає комунікативні бар'єри, що іноді важко розв'язуються на міжособистісному рівні.

Проблемі вивчення комунікативної компетентності присвятили свої роботи психологи та педагоги: П. Грайс, Ю. Жукова, Г. Ковальова, Л. Петровська, І. Родигіна, О. Сидоренко, Т. Яценко та ін. Дослідження комунікативної компетентності частіше пов'язані з вивченням комунікативної культури як складника психологічної культури (Р. Воронова, Л. Дьоміна, Л. Колмогорова, З. Лук'янова, В. Семікін та ін.). Комунікативну компетентність іноді розглядають як ознаку комунікативної культури (В. Андрюханова, Т. Вольфовська, Р. Воронова, Р. Чернишова).

Аналіз різних наукових праць засвідчує, що поняття комунікативної компетенції однозначно й досить точно не визначено. Це поняття розуміється різними авторами по-різному й містить у собі безліч не цілком сумісних одна з одною речей. Так, Л. Петровська визначає комунікативну компетентність як сукупність навичок і вмінь, необхідних для ефективного спілкування [Петровская 1989], Ю. Ємельянов розглядає комунікативну компетентність як ситуативну адаптивність та вільне володіння вербальними та невербальними засобами соціальної поведінки [Емельянов 1985].

Отже, **комунікативна компетентність** – це самостійно реалізована здатність особистості застосовувати в конкретному спілкуванні знання мови, ефективно взаємодіяти в різних соціальних групах, використовуючи достатні та необхідні вербальні й невербальні ресурси, що виступає як інструмент для точних дій під час передачі та прийому інформації; це майстерність у виборі стратегій і тактик.

Наявність у людини комунікативної компетентності розкриває перед нею широкий спектр можливостей для активної взаємодії з іншими людьми в різних сферах життєдіяльності: навчальної, професійної, культурної й ін.

Як відомо, у житті кожного з нас процес спілкування відіграє чималу роль: спілкуючись, людина не тільки обмінюється інформацією з іншими людьми. Вона

## SECTION VI. Problems of Text Linguistics, Discourse Studies, and Discourse Analysis

звертається до них із проханням, запитанням чи вимогою, ставить собі за мету вплинути на співрозмовника, добитися потрібної відповіді чи виконання доручення. У таких випадках спілкування виступає як інтеракція – сукупність зв'язків і взаємовпливів людей, що витворюється у спільній діяльності. Комунікація виникає в ситуації, коли необхідно зрозуміти іншого й побудувати продуктивну спільну дію. Відповідно, усе наше життя – це безпосередня комунікація одного з одним, людина – це учасник цієї комунікації. Щоб успішно виконувати роль комуніканта, адресант повинен багато знати і вміти. На думку Т. Вольфовської, «зміст прийомів взаєморозуміння між сторонами, які протистоять у конфлікті, полягає насамперед у розвитку комунікативної компетентності, що охоплює: 1) знання норм поведінки, характерних для спілкування; 2) вміння підпорядковувати свою поведінку; 3) здатність слухати співрозмовника, виражати своє розуміння» [Вольфовська 2001: 14].

Успішна реалізація адресантом запланованих комунікативних тактик і стратегій призводить до отримання необхідних позитивних результатів. У нашому випадку таким результатом буде опубліковане інтерв'ю. Елементарним прикладом реалізації комунікативних тактик і стратегій є процес спілкування під час інтерв'ю у вигляді «питання – відповідь». Навіть дотримання простих правил під час інтерв'ю вже говорить про те, що адресант перебуває на шляху успішного досягнення комунікативного завдання завдяки реалізованим тактикам і стратегіям.

Інтерв'ю має свої правила: щоб отримати гарну, а головне – потрібну відповідь, – треба вміти запитати. Класики журналістики вчать: запитувати можна про все і всіх, незалежно від рангів і посад, але – запитувати розумно. Інтерв'ю – це спільна творчість. Дуже багато залежить від того, яку людину обрав адресант для розмови, як зможе знайти підхід і розговорити її. Запитання мають бути продуманими заздалегідь і вибудованими в певну схему, що дозволить розкрити тему повністю. Саме тому адресант повинен заздалегідь підготуватись до інтерв'ю. Не вийде розмови з людиною, яка побачить, що адресант навіть приблизно не уявляє, про що хоче запитати. Адресант повинен встановити контакт з адресатом; повинен викликати повагу до себе своїми запитаннями, аби людина захотіла розмовляти не формально, а відкрито; розговорити її, викликавши інтерес до розмови; вибудувати цю розмову так, аби був найбільший ефект для читачів – тобто треба розпитати людину максимально повно про те, що становить для них інтерес.

Досвідчені журналісти радять починати із загальних питань, можливо, дещо «ознайомлювальних», які допомагають більше дізнатися про співрозмовника. Далі вже можуть іти запитання по суті розмови, специфічні, можливо, гострі. Запитання гострі чи складні радять чергувати з простішими й «комфортнішими», аби дати співрозмовнику час розслабитися, а потім знову перейти до складнішого [Федорина 2006]. Треба стежити за тим, аби запитання відповідали меті матеріалу. Ставити їх так, щоб не отримати односкладну відповідь «так» чи «ні». Уміти бути тактовним, здатним співпереживати ситуації, в якій знаходиться співрозмовник.

А. Яковець виділяє десять «смертних гріхів» адресанта (журналіста) під час інтерв'ю:

1. Запитання, що допускають односкладні відповіді («так» – «ні»).
2. Стверджувальне запитання замість запитального.
3. Два запитання в одному.
4. Перевантажені запитання.
5. Запитання, що підштовхують до відповіді.
6. Коментарі й особисті оцінки в запитанні.
7. Припущення й домисли в запитанні.
8. Навішування ярликів у запитанні.
9. Перебільшення в запитанні.
10. Занадто складні для розуміння питання [Яковець 2007: 79].

Дотримання таких елементарних правил під час інтерв'ю і є прикладом реалізації комунікативних тактик і стратегій адресанта, результатом якого буде успішне інтерв'ю.

**Висновки.** Повідомляючи щось, адресант, насамперед, думає про результативність свого повідомлення, тобто про його ефективність, проте водночас враховує різні підходи, які більшою чи меншою мірою відповідають конкретній ситуації спілкування. Саме тому ефективна комунікація передбачає постійний вибір комунікантом певної моделі поведінки (комунікативних стратегій), яка в конкретній ситуації буде найбільш сприятливою в досягненні поставленої мети. Механізмами реалізації комунікативної стратегії є комунікативні тактики – сукупності практичних кроків у реальному процесі мовленнєвої взаємодії.

Отже, якщо комунікативну стратегію розуміти як сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення спільної комунікативної задачі мовця, то комунікативною тактикою необхідно вважати одну або кілька дій (комунікативних ходів), які сприяють реалізації стратегії. Проте реалізація комунікативного завдання безпосередньо залежить від комунікативної компетентності адресанта. Можна сміливо стверджувати, що комунікативна компетентність, об'єктивність та оперативність в оцінці інформації, інформованість і професійна компетентність, «відчуття часу» й уміння бачити перспективу подій, що розвиваються, уміння володіти своїми емоціями, підвищена увага, чудова пам'ять на все, що стосується іншого тощо – це певні особистісно-професійні якості адресанта (інтерв'юера, журналіста, автора), що відіграють чималу роль на шляху до реалізації комунікативних тактик і стратегій.

**Перспективним** вважаємо подальше ґрунтовне дослідження мовленнєвої поведінки адресанта в аспекті комунікативних стратегій, задіяних автором, а також використання результатів дослідження в начальній-науковій діяльності.

### References

Анохина 2008: Анохина, В.С. Стратегии и тактики коммуникативного поведения в малой социальной группе (семье) [Текст] / В. С. Анохина // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2008. – № 56. – С. 64-71.

Богачева 2010: Богачева, М.В. Аргументативная коммуникативная стратегия и тактические приемы ее реализации в русском языке [Электронный ресурс] / [Текст] М. В. Богачева // Вестник Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара. – 2010 – Режим доступа : [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vdpu/Movozn/2010\\_16/article/9.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vdpu/Movozn/2010_16/article/9.pdf) – Название с экрана.

Борисова 1996: Борисова, И.Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге [Текст] / И. Н. Борисова // Русская разговорная речь как явление городской культуры / под ред. Т. В. Матвеевой. – Екатеринбург : АРГО, 1996. – С. 21-48.

Вольфовська 2001: Вольфовська, Т. Комунікативна компетентність молоді як одна з передумов досягнення життєвої мети [Текст] / Т. Вольфовська // Шлях освіти. – 2001 – № 3. – С. 13-16.

Емельянов 1985: Емельянов, Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение. [Текст] / Ю. Н. Емельянов. – Л. Изд-во ЛГУ, 1985. – 167 с.

Загнітко, Данилюк 2004: Загнітко, А.П., Данилюк, І.Г. Українське ділове мовлення : професійне і непрофесійне спілкування [Текст] / А. П. Загнітко, І. Г. Данилюк. – Донецьк : ТОВ ВКФ «БАО», 2004. – 480 с.

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

Зубенко, Немцов 2002: Зубенко, Л.Г., Немцов, В.Д. Культура ділового спілкування : Навчальний посібник [Текст] / Л. Г. Зубенко, В. Д. Немцов. – К. : «ЕксОб», 2002. – 200 с.

## SECTION VI. Problems of Text Linguistics, Discourse Studies, and Discourse Analysis

Иссерс 1999: Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / О. С. Иссерс. – Екатеринбург, 1999. – 29 с.

Иссерс 2008: Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О. С. Иссерс. – Изд. 5-е. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.

Иссерс 2011: Иссерс, О.С. Речевое воздействие : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» [Текст] / О. С. Иссерс. – 2-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.

Клюев 2002: Клюев, Е.В. Речевая коммуникация : Учебное пособие для университетов и институтов [Текст] / Е. В. Клюев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.

Петровская 1989: Петровская, Л.А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг [Текст] / Л. А. Петровская. – М. : Изд-во МГУ, 1989. – 216 с.

Сковородников 2004: Сковородников, А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии [Текст] / А. П. Сковородников // Риторика – Лингвистика. – Вып. 5 : Сб. статей. – Смоленск : СГПУ, 2004. – С. 5-11.

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

Федорина 2006: Федорина, А.О. Хочеш стати журналістом? Практичні поради для тих, хто хоче спробувати [Текст] / А. О. Федорина. – Суми : СОГО «Сумський прес-клуб», 2006. – 72 с.

Формановская 2000: Формановская, Н.И. Размышления о единицах общения [Текст] / Н. И. Формановская // Русский язык за рубежом. – 2000. – № 1. – С. 56-63.

Яковець 2007: Яковець, А.В. Телевізійна журналістика : теорія і практика : Підручник [Текст] / А. В. Яковець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 240 с.

*Проаналізована типологія поглядів на поняття комунікативної стратегії і комунікативної тактики. Розглянута сутність поняття комунікативна компетентність як комплексного поняття. Схарактеризовані особистісно-професійні якості адресанта. Зазначена роль комунікативної компетентності у процесі створення інтерв'ю.*

*Ключові слова: комунікація, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, комунікативна компетентність, адресант, інтерв'ю, комунікативний акт.*

Available 22 September 2013.

**Zhanna Krasnobayeva-Chorna**

УДК 811.111

### **DISCOURSE AND CONCEPT: RAGULARITY AND CORRELATION**

*The paper identifies the basic laws of the scientific paradigm “discourse – concept”. Such ratios of the terms “discourse” and “concept”, like discourse as a concept, discourse as a combination of concepts, creation discourse around basic concept, have been highlighted and characterized. Classific parameters of concept in the discourse have been processed.*

*Keywords: discourse, discoursology, concept, conceptology.*

Conceptology and discourse are two of the most popular trends in the modern linguistics. Their basic terms – the concept and the discourse – have been widely interpreted by the linguistics and terminological ambiguity. Various versions of discursive practices and techniques of conceptual analysis has been widely used by foreign (J. Humperts and D. Haymz, V. Dem'yankov, V. Karasyk, V. Maslov, Y. Prokhorov, G. Slyshkin, P. Serio, O. Sirotinina, Y. Stepanoff, B. Fox, S. Ford, M. Foucault, Y. Shiryayev et al.) and Ukrainian (F. Batsevych, A. Zahnitko, V. Ivaschenko, O. Selivanova, M. Skab, V. Uzhchenko, etc.) linguistics for a long time. Today the question of