



Стратегія і тактика мовленнєвої поведінки

Оратор чи ораторка досягне мети (ефекту) свого виступу лише за умови детального планування мовленнєвої поведінки та прогнозування успіху (тобто визначить стратегію і спланує поетапні дії (тактичні прийоми)).

Стратегія — це загальний план досягнення цілей, розробка основних напрямків промови, яку базують на вмінні правильно визначати мету.

В ораторському мистецтві стратегія — це загальна схема спілкування, план його організації.

Спілкування стратегічне за своєю суттю, адже воно не відбувається без мети.

Тактика — сукупність прийомів та методів реалізації стратегії, чітка структура промови, форма розкриття основної ідеї виступу оратора чи ораторки. Така система послідовних дій призводить до реалізації обраної стратегії.

Якщо стратегія — це комунікативні цілі, то тактика — засоби досягнення цих цілей.

Усі ми в процесі спілкування з іншими вдаємося до певних стратегій і тактик, щоби досягти ефективних результатів.

Наприклад, стратегія співпраці. Вона сприяє організації спільної діяльності, забезпечує її успішність, узгодженість, ефективність. Цей різновид взаємодії позначають також поняттями «кооперація» чи «згода».

Або, скажімо, компроміс. Ця стратегія здатна врегулювати суперечність взаємними поступками: обидві сторони поступаються чимось, що забезпечує спільне розв'язання проблеми.

Стратегія суперництва розхитує спільну діяльність, створює перепони на шляху до порозуміння, її позначають також поняттями «конкуренція» або «конфлікт».

Якщо в процесі спілкування ви не намагаєтеся обстоювати свої інтереси і погоджуєтеся робити те, чого хоче хтось інший, то це стратегія пристосування.

Наостанок тактика уникання. Супроводжується ухилянням, утечею, намаганням людини вийти з конфліктної ситуації, не розв'язуючи її, не поступаючись своїми поглядами та інтересами, але й не наполягаючи на них.

Існують мовленнєві стратегії підпорядкування, дискредитації, заперечення, протиставлення, перебивання, емоційного впливу (налаштованість на конфлікт) і близькості (установка на контакт, дружбу, співпрацю, прохання).

Ці стратегії регулюють відбір тактик мовленнєвої поведінки: від прямої образи, приниження честі й гідності людини — до заохочення, захоплення, налагодження службових чи товариських стосунків.

Відповідно до ситуації мовлення тактики бувають різноманітні: перевтілення, узагальнення, наведення прикладу, несподіванки, провокації, обачність, маніпуляції «чужі — свої».

Наприклад, задля впливу на адресата застосовують стратегію аргументації, яка передбачає реалізацію таких комунікативних тактик:

- тактика обґрунтування (реалізується за допомогою встановлення причинно-наслідкових відношень);
- тактика цитування (із зазначенням конкретного джерела інформації або його автора чи авторки);
- тактика наведення прикладів;
- тактика апелювання до авторитетів (авторитетом, як правило, є конкретна особа чи орган державної або місцевої влади).

Отже правильно обрана комунікативна тактика дає можливість ефективно реалізувати обрану стратегію, а отже, — досягати мети спілкування.

Для реалізації тактик удаються до комунікативних намірів, які є конкретними тактичними ходами: згрубіла лексика, підвищений тон, натяк, недомовка, двозначність, іронія чи етикетні формули, епітети, пестлива лексика, спокійний чи лагідний тон мовлення та ін.

На визначення комунікативного наміру впливають вік людини, з якою спілкуються, стать, соціальний статус, стійкість до впливу, наприклад, звертання на **ти** чи на **Ви**, етикетна формула вітання **Привіт!** чи **Добрий день!**

Наприклад, аби підготувати проєкт із фізики, вам необхідно налагодити стосунки з учнем іншого класу. Якою буде ваша стратегія мовленнєвої поведінки? Для початку — зближення.

Якими будуть тактики в діалозі?

По-перше, налагодити товариські стосунки, а по-друге, з'ясувати, наскільки цей учень піддається впливу, щоб можна було за потреби доручити йому якісь завдання.

Для реалізації цих тактик ви визначаєте комунікативні наміри: як використати добрий тон спілкування, етикетні формули, усмішку та ін.

Для повного досягнення комунікативного наміру необхідно, щоб аудиторія не тільки слухала наведені аргументи, але й доволі активно обробляла інформацію.

Для цього оратор чи ораторка має активізувати мисленнєву та емоційну діяльність слухачів.

Активізація аудиторії передбачає такі послідовні дії:

- зацікавити слухачів;
- спровокувати слухачів на роздуми;
- спонукати слухачів до обговорення.

Схема аналізу виступу:

1. Мета спілкування.
2. Комунікативний намір.
3. Використання мовленнєвої стратегії (підпорядкування, дискредитації, заперечення, протиставлення, перебивання, емоційного впливу (установка на конфлікт) і близькості (установка на контакт, дружбу, співпрацю тощо).
4. Тактичні прийоми (дібрані докази, способи активізації слухачів, згрубіла лексика, натайки, етикетні формули, грамотне формулювання запитань чи інші).
5. Невербальні засоби (жести, міміка, поза, голос, темп мовлення).



Практичні завдання

1. Перегляньте відео виступу Марини Пташник «Як запитання змінюють життя?» https://www.youtube.com/watch?v=gjZVDupD_xo

Визначте стратегічні й тактичні прийоми за схемою:

1. Мета спілкування.
2. Комунікативний намір.
3. Використання мовленнєвої стратегії (підпорядкування, дискредитації, заперечення, протиставлення, перебивання, емоційного впливу (установка на конфлікт) і близькості (установка на контакт, дружбу, співпрацю тощо).
4. Тактичні прийоми (дібрані докази, способи активізації слухачів, згрубіла лексика, натяки, етикетні формули, грамотне формулювання запитань чи інших).
5. Невербальні засоби (жести, міміка, поза, голос, темп мовлення).

2. Підготуйте рекламний текст улюбленого фільму чи книги з метою зацікавити якнайбільшу аудиторію, надихнути її прочитати або переглянути вашу рекомендацію. Місце розміщення реклами — шкільний сайт, обсяг — 50–70 слів.

3. «Музеї — це даремно згаяний час, минуле, з яким варто попрощатися...» — так починається один із відгуків про музей, а як вважаєте ви? погоджуєтеся чи заперечуєте такий погляд?

Ваше завдання: обрати позицію й підготувати невеликий виступ задля впливу на аудиторію однолітків, водночас використати одну з тактик або й усі (цитування, обґрунтування, наведення прикладів, апелювання до авторитетів).



Рекомендовані джерела

1. Вілл Стефен. «Як видаватися мудрим, коли ви промовець на TED». URL <https://www.youtube.com/watch?v=ohiYpAHnzPM>
2. Марина Пташник. «Як запитання змінюють життя?»
URL: https://www.youtube.com/watch?v=gjZVDupD_xo