

(Луцьк)

## ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ

### СУБ'ЄКТА-ДИЛЕТАНТА

#### В МЕТАКОМУНІКАТИВНІЙ СИТУАЦІЇ РИЗИКУ

У статті пропонується аналіз дискурсивних стратегій, які використовуються суб'єктом-дилетантом в умовах метакомунікативної ситуації ризику. Теоретичною основою дослідження слугує соціокогнітивний підхід, згідно якого дискурс розглядається як символічна дія, навколишня реальність – як продукт соціодискурсивного конструювання, а індивіди, учасники цього процесу – як її символічні творці і споживачі.

Ключові слова: дискурсивна стратегія, позиціонування, позиція суб'єкта дискурсивної діяльності, метакомунікативна ситуація ризику, суб'єкт-дилетант.

This article studies discourse strategies used by the lay subjects in the conditions of meta-communicative risk situation. According the sociocognitive approach, which served a theoretical background of the research, discourse is seen as a symbolic action, reality is viewed as a product of socio-discursive construction and individuals are presented as symbols' creators and consumers.

Key words: discourse strategy, stancetaking, stance, meta-communicative risk situation, lay subject.

Трактування суб'єктного позиціонування у дискурсі з позицій соціокогнітивного [2; 9; 12] підходу передбачає вивчення його як процесу соціально зумовленої мовленнєвої взаємодії, що описується в термінах соціально-значущих дій і стратегій, які використовуються учасниками спілкування в рамках певної дискурсивної ситуації, а точніше, ситуації ризику.

Основна мета цієї статті полягає у виявленні та аналізі дискурсивних стратегій, що використовуються суб'єктами позиціонування в метакомунікативній ситуації ризику. Підбір цих стратегій продиктований асиметрією епістемічного й афективного аспектів у складі позицій суб'єктів дискурсивної діяльності (далі позиція СДД). Відтак, об'єктом статті є дискурсивні стратегії, що використовуються пересічним мовцем – суб'єктом-дилетантом (суб'єктом-неекспертом) в англійській метакомунікативній ситуації ризику, а предметом виступають мовні засоби їх мовленнєвої актуалізації.

Стратегії є важливою характеристикою поведінки суб'єкта-мовця в дискурсі. Аналізуючи теоретичну літературу, пов'язану зі стратегічним плануванням мовлення, можна відзначити розмаїття назв, характеристик і атрибутів, супутніх терміну „стратегії”, які можуть бути мовленнєвими [5; 6], комунікативними [1; 8], дискурсивними [3; 4] і т.д. Суть цього явища при цьому залишається незмінною і полягає в реалізації мовцем / автором письмового тексту певної інтенції за допомогою ретельно підібраних мовних засобів. Згідно Т.А. ван Дейка, стратегія виявляється характеристикою когнітивного плану спілкування, яка контролює оптимальне вирішення системи завдань гнучким і локально контрольованим способом в умовах недостатності інформації щодо відповідних дій інших учасників комунікації або щодо локальних контекстуальних

обмежень на власні дії [3, с. 274]. Коротше кажучи, стратегія – це спосіб організації мовленнєвої поведінки згідно з інтенцією комуніканта.

Акт позиціонування складається з трьох взаємозалежних суб-актів: (1) оцінювання; (2) вибір позиції і (3) узгодження своєї позиції з позиціями інших учасників інтеракції [7]. Згідно з цією структурою суб'єкти організують стратегічне планування своєї дискурсивної поведінки під час позиціонування. В основі вибору стратегій лежить співвідношення епістемічного і афективного аспектів суб-акту оцінювання. Подальший вибір позиції варіюється залежно від типу ідентичностей, які конструюються: в експертних позиціях домінує епістемічна (раціональна) оцінка, натомість дилетанти базують свій вибір на афективних (емоційних) оцінках.

Матеріал дослідження було підібрано методом суцільної вибірки з персональних оповідей суб'єктів-дилетантів, опублікованих ними самими в Інтернеті. Ці оповіді викликають жваве подальше обговорення в режимі он-лайн, оскільки стосуються ризикованого вибору, який оповідачу доводиться робити в ситуаціях, пов'язаних зі здоров'ям, а саме: ризики вакцинації, ризики захворювання на рак, ризики використання Інтернету і мобільних телефонів, а також ризики вживання в їжу генно-модифікованих продуктів.

У зв'язку з тим, що дискурсивна стратегія – це спосіб реалізації задуму мовця, вона передбачає відбір фактів і їх подачу у певному висвітленні з метою впливу на інтелектуальну та емоційну сферу адресата. Відтак, нам насамперед потрібно визначитись, хто є адресатом суб'єкта-дилетанта в метакомунікативній ситуації ризику, і в чому полягає його / її мета. Проаналізований матеріал дозволив виявити, що основними адресатами пересічних людей, що репрезентують свої позиції щодо ризиків у персональних розповідях або он-лайн коментарях, є інші суб'єкти-дилетанти. Висловлюючи своє ставлення до ризиків, вони прагнуть повідомити про власну позитивну або негативну позицію щодо предмета обговорення. Цим предметом може бути: (а) сам ризик; (б) інші суб'єкти-дилетанти та їх позиції; (с) експерти, які почасти уособлюють зацікавлену сторону конфлікту: державу, медичні або комерційні установи, ЗМІ. Позиції суб'єктів-дилетантів є переважно (у 95 %) критичними, якщо стосується медичних і екологічних ризиків, і помірно критичними (~ 60 %), якщо йдеться про ризик як сміливість і азарт.

На думку Н. Ферклафа, сучасне суспільство, як і новітня економіка, ґрунтуються на знаннях і дискурсі („knowledge-based and discourse-based economy”) [10, с. 231]. Коментуючи це твердження, зауважуємо, що в умовах сучасного інформатизованого суспільства нові знання продукуються, циркулюють і здобуваються під час неперервної дискурсивної діяльності суб'єктів. При цьому існує деяка епістемічна нерівність серед представників різних соціальних груп. Пересічні громадяни (дилетанти, неспеціалісти), на відміну від експертів, мають незначний, обмежений або і зовсім не мають доступу до спеціалізованого знання, в основному здобуваючи його з власного досвіду або через ЗМІ. Таким чином, неспеціалісти не завжди отримують наукову, перевірену і достовірну інформацію щодо різноманітних ризиків, що, власне, і робить їх „дилетантами”. А знання дилетантів, на думку експертів, надто суб'єктивні, емоційно-забарвлені і подекуди „викривлені” [11, с. 26], що дозволяє нам зробити припущення про те, що для дискурсивної реалізації ідентичності дилетанта характерне афективне позиціонування, на противагу епістемічному.

Виявлені в результаті аналізу дискурсивні стратегії позиціонування, що використовуються суб'єктом-дилетантом в ситуації ризику, ми поділили на дві основні групи:

(а) стратегії самопозиціонування – спрямовані на оцінку власних здійснених або запланованих рішень і вчинків: стратегія епістемічної самооцінки, стратегія самовиправдання і стратегія самозаспокоєння;

(б) стратегії позиціонування щодо інших комунікантів – спрямовані на оцінку дій інших суб'єктів інтеракції: стратегія оцінювання епістемічного статусу інших, стратегія критичної недовіри і звинувачувальна стратегія. У цій статті зупинимось на стратегіях самопозиціонування, а саме: стратегії епістемічної самооцінки, стратегії самовиправдання і стратегії самозаспокоєння.

Шляхом використання стратегії епістемічної самооцінки суб'єкт-дилетант метакомунікативної ситуації ризику не просто маніфестує свою епістемічну позицію щодо предмету мовлення і узгоджує її з позиціями інших учасників інтеракції, а фактично визнає власний низький епістемічний статус, що вже закладено у назві цього суб'єкта – „дилетант”. Яка його / її прагматична мета в утвердженні своєї некомпетентності і навіть невігластва? Припускаємо, що цим суб'єкт позиціонування намагається перекласти відповідальність за свої необачні вчинки на будь-кого іншого – ЗМІ, державу, лікарів, експертів і таке інше. Хоча іноді за допомогою цієї стратегії мовець прагне донести до суспільства і владних еліт, що необхідно більше зусиль прикладати до того, аби пересічні громадяни мали кращий доступ до знань та інформації. Ця стратегія актуалізується в дискурсі за допомогою наступних прийомів:

1. Експліцитне визнання недостатньої поінформованості щодо ризику за допомогою прямої номінації, наприклад:

(1) I had no idea that childhood vaccines could harm babies;

(2) I had never been given information regarding the risks and side effects of vaccination by my family doctor;

(3) Therefore, I did not make an informed decision in choosing whether or not to vaccinate my children;

(4) In my ignorance, I have handed over my beautiful baby for her second dose of vaccine.

(5) In fact, I was never informed that I had a choice in choosing to vaccinate or not (Cohen).

У всіх наведених вище прикладах мовець репрезентує свою „ігнорантну” епістемічну позицію, використовуючи при цьому численні лексичні засоби і граматичні структури, в яких підкреслюється ця необізнаність: „I had no idea”, „I had never been given information”, „I did not make an informed decision”, „In my ignorance”, „I was never informed”.

2. Імплікована вербалізація власного невігластва. Суб'єкт-дилетант не завжди прямо і неприховано дає негативну оцінку своєму низькому епістемічному статусу. Подекуди він / вона завуальовано встановлює позицію невігласа за допомогою:

а) риторичних запитань:

(6) „It's what you do, right? You do what doctors and baby health clinics tell you and what your parents and media advise you to do”

(7) „And if vaccination does not protect you, then why do it?”

б) імперативних конструкцій (закликів, наказів, прохань):

(8) „Let's allow everyone to inform themselves and make up their own minds”; Let's consider this: I'll propose a new product that will revolutionize daily life as you know it.

в) критичних зауважень:

(9) „It is an irresponsible, immoral and unethical position to take with the lives of other people's children as well as your own”.

(10) “I can't say I believed in vaccination, but I had it done anyway”.

(11) There's so much kept from the public it's scary (Cohen).

Стратегія самовиправдання може бути про-активною – використовується до того, як людина приймає рішення ризикувати, або ре-активною – як реакція на ризиковані дії. У своєму ре-активному варіанті використовується суб'єктами-дилетантами, які бажають постфактум дати пояснення своїм необачним діям і знайти для них виправдання. За допомогою цієї стратегії мовці намагаються відшукати розуміння у своїх реципієнтів, домогтися їх схвалення або хоча б пом'якшення негативних оцінок своєї поведінки. Використовується у разі обговорення негативних наслідків ризикованих дій. Наприклад:

(12) I had to be on a cellphone for over an hour for a work-related dispute. I had a headache, fugue, schizoid reactions that lasted a few days. I limit my time on the phone to a few minutes now. We have a 300 minute per month plan and have never exceeded it (Cohen).

Суб'єкт розповідає про свій негативний досвід, пов'язаний з інтенсивним використанням мобільного телефону (I had to be on a cellphone for over an hour), перекладаючи відповідальність на компанію, в якій вона працювала. Вона дає зрозуміти, що це був вимушений, а не добровільний вибір, для чого вживається модальне дієслово „to have to” з деонтичним значенням примусу, необхідності дії. Мовець базує свої твердження на експірієнційній евіденційності (I had a headache, fatigue, schizoid reactions).

Про-активний варіант стратегії самовиправдання використовується тоді, коли йдеться про прагнення суб'єктів обґрунтувати свій вибір у ситуації ризику, так би мовити, наперед – до того, як рішення „за” або „проти” ризику буде прийняте. У цьому разі мовець намагається змінити когнітивні очікування і антиципації своїх можливих реципієнтів щодо можливих невдач або успіхів при прийнятті ризику, а, відтак, трансформувати їх позиції щодо ризику. Наприклад:

(13) „If you are really concerned for your children, these reports will help you to know that you are NOT worrying needlessly. When you buy a phone you must ask the retailer to test the SAR value, (Specific Absorption Rate. This is the strength of radiation penetrating one inch into your body). Every phone is dangerous and some more than others. Microwave radiation is attracted to every living being and thing, as they all contain moisture. With all the GPS, spy and other satellites above us, and not forgetting the millions of phone masts continuously irradiating our planet, could this be a reason why icebergs are melting? Global warming? Climate change? Or mobile phone technology? I know my answer” (Wolchover).

У наведеному вище фрагменті автор повідомлення виражає свою позицію щодо ризику використання мобільних телефонів. Назвемо її „застережною позицією” обережного суб'єкта (НОМО CAUTUS), яка не лише висловлює занепокоєння власним здоров'ям, а й закликає до цього інших людей (If you are really concerned for your children, these reports will help you to know that you

are NOT worrying needlessly). При цьому її висловлення доволі категоричне й емоційне. З метою додаткового емпфазування мовець використовує капіталізацію як графічний засіб емоційного підсилення (NOT), і низку риторичних запитань „Global warming? Climate change? Or mobile phone technology?“, на які відразу ж дає відповідь: I know my answer, у якій імплікується позиція автора. Варто звернути увагу також на тактику генералізації, що характерна для позиціонування як суб'єктів-дилетантів, так і суб'єктів-експертів дискурсу ризику. Мається на увазі, що люди схильні до узагальненого коментування власних оцінок щодо ризиків: „всі телефони небезпечні“, „всі знають“ і т. ін. („Every phone is dangerous“).

Стратегія самозаспокоєння спрямована на те, щоб приборкати емоції страху і тривоги, які в будь-якому разі супроводжують ризиковані дії або наміри суб'єкта. Усвідомлюючи можливу небезпеку, але не будучи цілковито впевненим у своїх знаннях щодо неї, людина доволі часто все ж вирішує ризикувати. Таке трапляється з нами повсякчас: ми заспокоюємо самі себе, що ризики використання мобільного телефону не перевищують його вигод. Ми знаходимо спокій у само-переконуванні, що хтось інший ризикує стати залежним від Інтернету, але не ми і т.д. Наприклад:

(14) Seriously, folks, it's been well established that the frequencies involved in cell phone technology, as well as the strength of the energy involved in the process, are well below any harmful effects for humans. This media love of alarm-ringing over non-existent catastrophies would be comical if not so dangerous. "Anything for a catchy story" seems to be the rule... (Kabat).

Використовуючи стратегію самозаспокоєння, людина посилається на попередні дослідження, які доводять безпеку тих продуктів, про які йдеться, на авторитетну думку експертів або на засоби масової інформації (that the frequencies involved in cell phone technology, as well as the strength of the energy involved in the process, are well below any harmful effects for humans). Проте усі ці твердження вжито в безособових синтаксичних структурах (it's been well established), що вказує на те, що вони не мають авторства, не підтверджені фактами, а, отже, є голосливими. При цьому невпевненість суб'єкта вербалізована у маркерах пробабілітативного стану: „Seriously“, „seems to be...“ У наведеному фрагменті мовець використовує фамільярне звертання “folks”, що може трактуватися як тактика солідаризації, спрямована на те, щоб вибудувати дружні стосунки (хай і віртуальні) зі співрозмовниками і знайти підтримку своїх тверджень. Суб'єкт звинувачує ЗМІ у панікерстві і любові до перебільшень: media love of alarm-ringing, а ризики, які активно обговорюються цими ЗМІ, називає „неіснуючими“ (non-existent catastrophies).

У наступному прикладі (15) мовець знову використовує тактику генералізації, за допомогою інклюзивного займенника „we“ залучаючи до своєї епістемічної позиції „усіх“ (we all know) людей – користувачів автотранспорту:

(15) We all know that cars are dangerous, but we continue to drive them.

The staggering death toll that results from auto-related accidents is something we choose not to dwell on (Murray).

Мовець протиставляє знання „усіх“ автолюбителів щодо небезпек, які несе водіння автомобіля (We all know that cars are dangerous), їх рішення не зважати на ці ризики (but we continue to drive them). Суб'єкт позиціонування має на увазі, що водії-любители (колективний суб'єкт-дилетант, одним з яких є сам мовець), свідомо обирають ризик, і, з метою самозаспокоєння, навіть не бажають ні думати, ні обговорювати небезпеки (The staggering death toll that results from auto-related accidents is something we choose not to dwell on).

Отже, приходимо до висновку, що позиціонування суб'єктів-дилетантів у метакомунікативній ситуації ризику відображає їх персональний досвід і особисті погляди. Їх епістемічний статус ними самими визнається як нижчий порівняно зі статусом експертів. Відтак, їх судження щодо ризику ґрунтуються не на знаннях, а на емоціях, почуттях і особистих уподобаннях. Незважаючи на те, що суб'єкти-дилетанти визнають епістемічне домінування експертів у дискурсі ризику, вони негативно оцінюють дискурсивні позиції експертів, вбачаючи у їх діях заангажованість і намагання навмисного викривлення або приховування інформації. Справа навіть не в тому, чи вони вірять наданій інформації, чи ні – йдеться про те, що позиції експертів, на думку дилетантів, мають маніпулятивну природу, віддзеркалюючи позиції, вигідні для інституцій, які „найняли” експертів.

Відтак, суб'єкт ризику формує свою ідентичність дилетанта в умовах так званого „дефіциту знань”, що великою мірою зумовлює його дискурсивну поведінку, якій властиві:

- вербалізація невпевненості у запропонованих пропозиціях;
- обґрунтування своїх епістемічних позицій щодо ризику на основі власного сенситивно-перцептивного досвіду;
- експлікація усвідомлення власної епістемічної некомпетентності і недостатку необхідних знань щодо предмету мовлення (брак спеціальної освіти або необхідної достовірної інформації, на основі якої можна будувати свої позиціонувальні судження щодо ризику);
- вираження когнітивної субординації по відношенню до експертів – продуцентів знання;
- афективна експресивність у репрезентації своїх суб'єктних позицій в ситуації ризику, яка пояснюється тим, що суб'єкти-дилетанти базують свої позиції не на знаннях, а на емоціях і суб'єктивному ставленні.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики // Мовні і концептуальні картини світу. – 2004. – Вип.. 11. – С. 12-15.
2. Водак Р. Взаимосвязь «дискурс – общество»: когнитивный подход к критическому дискурсу-анализу / Р. Водак // Современная политическая лингвистика ; под ред. Э. В. Будаева, А. П. Чудинова. – Екатеринбург, 2006. – С. 123–136.
3. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Потапенко С.І. Композиція англomовних друкованих новин: роль когнітивно-дискурсивних стратегій // Проблеми семантики, прагматики і когнітивної лінгвістики. – Вип. 10. – 2006. – С. 265-271.
5. Салахова А. Речевые стратегии и их средства реализации в современных немецкоязычных проповедях: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / 10.02.04. – Уфа, 2006. – 20 с.
6. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. – № 3. – 2001. – С. 57 – 64.
7. Ущина В.А. Позиционирование субъекта дискурсивной деятельности в ситуации риска // Проблемы лингвистики и лингводидактики: междунар. сб. науч. ст. – Вып II / под ред. С.А. Моисеевой, Л.Г. Петровой. – Белгород: ИПЦ "ПОЛИТЕРРА", 2013. – С. 255 – 265.

8. Якимова И.В. Коммуникативная стратегия как схема организации дискурса. – [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: [http://acis.vis.ru/9.1\\_8/yakimova.htm](http://acis.vis.ru/9.1_8/yakimova.htm)
9. Dijk van T. A. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach / T. A. van Dijk. – Cambridge : CUP, 2008. – 267 p.
10. Fairclough N. The Discourse of New Labour: Critical discourse analysis / N. Fairclough // Discourse as data: a guide for analysis. – London : Sage, 2001. – P. 229–260.
11. Irwin A., Michael M. Science, Social Theory and Public Knowledge / Alan Irwin, Mike Michael. – London : Open University Press, 2003. – 175 p.
12. Kecskes I., Fenghui Z. Activating, seeking, and creating common ground. A socio-cognitive approach // Pragmatics and Cognition. – No 17. – V. 2. – 2009. – P. 331-335.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Cohen – Cohen T. Mobile phones could be 'health time bomb': More than 200 academic studies link use with serious illnesses / Tamara Cohen // Daily Mail, 2011. – Режим доступу: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2059223/Mobile-phones-health-time-bomb-studies-link-use-illnesses.html> (127 commentaries, total amount ~15 715 words).
2. Kabat – Kabat G. Do Cell Phones Cause Brain Cancer? / Geoffrey Kabat // Forbes. – Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/geoffreykabat/2013/03/05/do-cell-phones-cause-brain-cancer-the-diehards-cling-desperately-to-opinion/> (78 commentaries – total amount ~ 19 266 words).
3. Murray – Murray R. Your Perspective Can Kill (Or Make You Appear A Pigheaded Fool) / Randy Murray. – JANUARY 13, 2011. – Режим доступу: <http://whowritesforyou.com/2011/01/13/your-perspective-can-kill-or-make-you-appear-a-pigheaded-fool> (45 commentaries - total amount ~ 5 412 words).
4. Wolchover – Wolchover N. Radiation Risk: Are Some Cellphones More Dangerous Than Others? / Natalie Wolchover // Live Science. – Режим доступу: <http://www.livescience.com/14755-radiation-risk-cellphones-dangerous.html> (112 commentaries: total amount ~ 12 234 words).