углубленное изучение особенностей политического дискурса, реализации концептуальноой метафоры в политических текстах, ее структурных и типологических характеристик, выявление особенностей использования концептуальной метафоры как средства речевого воздействия на массовое сознание. Актуальность работы заключается в том, что гендерные маркеры в политических текстах в целом мало исследованы, а концептуальные метафоры особенно. Рассмотрены некоторые особенности политического дискурса, в частности – специфика функционирования когнитивных метафор в сфере политического общения, гендерные особенности построения политического дискурса, обусловливающие выбор языковых средств. Проведен анализ когнитивных метафор в публичных речах президента США Барака Обамы и экс-госсекретаря США Хиллари Клинтон. Описанные структурные и семантические особенности концептуальной метафоры в мужском и женском общении. Выявлены и классифицированы основные концепты, которые метафорически представлены в дискурсе политиков-мужчин и политиков-женщин. Подтверждается, что речь политиков-женщин более метафорична, чем политиков-мужчин. Доказано, что использование метафор является средством воздействия на массового адресата в политическом дискурсе.

Ключевые слова: политический дискурс, гендер, гендерно маркированные единицы концепт, концептуальная метафора, манипулирование сознанием.

Kalishchuk Diana, Pryimak Nataliya. Conceptual Metaphor in Political Discourse: Gender Aspect. The article deals with the study of gender peculiarities of conceptual metaphor usage in English discourse. It is stipulated by the interest of modern linguistic investigations in the study of political discourse, the realization of political metaphor in political texts, its structural and typological peculiarities as well as gender features. It studies the specificity of conceptual metaphor usage to influence people's mind. The research is of scientific significance due to the fact that gender specifies are not studied enough. Some features of the political discourse are considered, in particular, the specificity of cognitive metaphors functioning in the sphere of political communication, gender peculiarities of creating the political discourse, which determine the choice of language means. The analysis of cognitive metaphors in public speeches of US President Barack Obama and former US Secretary Hillary Clinton is carried out. The structural and typological peculiarities of conceptual metaphors in male and female speeches are described. The main concepts which are metaphorically represented in a discourse of the male politicians and female politicians are revealed and classified. It is confirmed that the speeches of female politicians are more metaphorical than speeches of the male politicians. It is proved that the use of metaphors is a means to influence the mass addressee in political discourse.

Key words: political discourse, gender, gender specifies, concept, conceptual metaphor, manipulation.

Стаття надійшла до редколегії
06.01.2015 р.

УДК 811.111'23:165.194

Ольга Качмар

Комунікативні стратегії психотерапевтичного сеансу

Дослідження та типологізація комунікативних стратегій займають важливе місце у традиційних і сучасних лінгвістичних пошуках. У статті висвітлено поняття комунікативної стратегії як когнітивний процес, у якому мовець співвідносить свій комунікативний намір з конкретними мовними виразами. Виявлено й описано комунікативні стратегії / дії, спрямовані на організацію сеансу й на відповідність перебігу комунікативного обміну у форматі сеансу психотерапії. Простежено зв'язок між комунікативними стратегіями та відбором мовних ресурсів й адаптацією умов комунікації. З'ясовано роль мотивів та інтенцій суб'єкта й об'єкта психотерапевтичного впливу. Визначено, що комунікативна стратегія ґрунтується на глобальному намірі комунікації, конкретній інтенції комунікативної дії, інформаційному масиві й інтерактивному режимі. Визначальними в цьому процесі є мотив і, відповідно, інтенція комунікативної мети, оскільки мотив визначає інтенцію. Також описано класифікацію стратегій комунікативної поведінки учасників сеансу психотерапії.

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна мета, інтенція, мотив, сеанс психотерапії, когнітивний процес, класифікація.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасним лінгвістичним дослідженням ефективності комунікативного процесу властива тенденція розглядати мовленнєве спілкування, що ґрунтується на плануванні мовленнєвих дій, в аспекті загальної стратегії (з огляду на мету) та

© *Качмар О., 2015*

конкретної тактики (з огляду на стан її досягнення). Будь-яка діяльність, у тому числі й дискурсивна, заснована на досягненні певної мети, що зумовлює вибір конкретних дій і потребує планування та контролю над виконанням [10, с. 573].

Мовлення людини зазвичай характеризується специфічною мотивацією й фазовістю (орієнтування, планування, реалізація та контроль). Воно може бути активним (щоразу конструйованим заново) і реактивним (у вигляді ланцюга динамічних мовних стереотипів). Під час спонтанного мовлення свідома підготовка та оцінка використовуваних мовних засобів зведена до мінімуму, тоді як письмове або підготовлене усне мовлення значною мірою є виваженим та продуманим. Тому факт свідомого стратегічного та тактичного планування мовлення адресатом є очевидним [6, с. 7], а стратегічне й тактичне прогнозування вербальних висловлювань постає як свідоме завдання мовця, оскільки наявність комунікативних стратегій зумовлена загальним принципом стратегічності будь-якої діяльності [11, с. 206]. Однак дефініція комунікативної стратегії та її різновиди окреслені на сьогодні не чітко.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Дослідження та типологізація комунікативних стратегій займають важливе місце у традиційних і сучасних лінгвістичних пошуках [2; 3; 19; 21−23].

Комунікативна стратегія у найбільш загальному значенні репрезентована як «план оптимального втілення певного комунікативного наміру відправника повідомлення» [17, с. 65], «планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комуні кантів», «комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети» [3, с. 54]. Вона є комунікативно-соціальною за своєю природою сукупністю чинників свідомості, мислення, мови / мовлення [15, с. 85].

Численні дослідники підкреслюють когнітивну природу комунікативних стратегій. Зокрема, Т. ван Дейк зазначає, що це «спроектовані до сфери мовленнєвої взаємодії когнітивні стратегії, спрямовані на ефективне маніпулювання наявними висновками» [2, с. 300]. Стратегія постає як когнітивний процес, у якому мовець співвідносить свій комунікативний намір з конкретними мовними виразами [9, с. 103; 24, с. 197]. Мовленнєву поведінку комуніканти планують заздалегідь, щоб вирішити спільне глобальне мовне завдання спілкування у безпосередній інтеракції [5, с. 37; 13, с. 42; 14, с. 108–110]. Стратегія поведінки, детермінована наміром і метою, є визначальним фактором у здійсненні вибору тих засобів, що дають змогу досягти успіху у спілкуванні, відповідно до знань, бажань і установок суб'єкта [4, с. 19].

Оскільки стратегії визначаються як когнітивний план спілкування, за допомогою якого здійснюється контроль за оптимальним вирішенням комунікативних завдань мовцем, вагомим чинником є умова недостатності інформації про дії партнера [3, с. 110–114], що зумовлює побудову переважно двох гіпотез мовця, які відображають полярні установки адресата як його налаштування на кооперацію чи конфлікт.

Синтезуючи різні погляди науковців щодо розуміння поняття стратегії [1, с. 157; 12, с. 172; 18, с. 156], можна відзначити, що лінгвісти схиляються до тлумачення комунікативної стратегії як комплексу певних мовленнєвих дій у межах комунікативного процесу, що визначає вибір мовних засобів вираження змісту, безпосередньо пов'язаного з досягненням мети комунікації.

Мета статті – виявити й описати комунікативні стратегії / дії, спрямовані на організацію сеансу й на відповідність перебігу комунікативного обміну у форматі сеансу психотерапії.

Досягнення мети передбачає реалізацію таких **завдань:**

1) визначити поняття комунікативної стратегії у психотерапевтичному дискурсі; 2) з'ясувати роль мотивів та інтенцій суб'єкта та об'єкта психотерапевтичного впливу; 3) описати класифікацію стратегій комунікативної поведінки учасників сеансу психотерапії.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів досліджень. З когнітивного погляду стратегія психотерапевтичного дискурсу з позиції продуцента мовлення є вербалізацією наявних у свідомості когнітивних структур, а з позиції реципієнта – активною цілеспрямованою діяльністю з інтеріоризації авторської когнітивної моделі і побудови на її основі власного варіанта з компонентами домінантного авторського особистісного смислу і суб'єктивними інтерпретаційними елементами, що у сукупності породжують нову інтегративну когнітивну структуру.

Визнаючи, що дискурсивна стратегія базується на засадах когнітивних вимірів (планування і контроль), дослідники зазначають, що механізми здійснення таких ментальних процедур є поки що

недоступними для лінгвістичного аналізу. Можна спостерігати лише лінгвістичні та інтеракційні характеристики, які дозволяють виявити, як і якими засобами можна досягти поставлених цілей [3, с. 105]. Тому опису підлягає вербальне й невербальне втілення психотерапевтичного впливу в комунікативному та когнітивному аспектах.

Визначальним елементом стратегії є контекст, який прийнято ділити на мовний та позамовний. Лінгвальний контекст охоплює не лише мовне вираження, яке активізує у свідомості інтерпретатора конвенціональний концептуальний зміст, а й пропозицію-висловлювання, в межах якого вжито це мовне вираження, та весь попередній текст / інтертекст, який орієнтує інтерпретатора на ту чи іншу інтерпретацію [8].

Список параметрів екстралінгвального контексту комунікативного акту в межах сеансу психотерапії охоплює: 1) природні, антропометричні та психогенетичні (стать, вік, схильності й уподобання), соціальні параметри; 2) внутрішні, психологічні (наявність / відсутність установки на спілкування, наявність мотиву чи тільки реакції) та зовнішні фактори (біографічні, особисті, професійні та інші спонукання); 3) способи кодифікації повідомлення (усне діалогічне мовлення) та мету комунікативного акту (повідомлення, вплив, переконання тощо.); 4) регістр взаємин суб'єкта та об'єкта (офіційні / неофіційні) та характер референтного простору, відображеного в повідомленні (реальність / квазіреальність) тощо.

Щоб систематизувати ці параметри, релевантні для когнітивно-комунікативного аналізу, екстралінгвальний контекст, услід за А. П. Мартинюк, ділимо на перцептивний і психічний. Перцептивний контекст охоплює всю екстралінгвальну інформацію, що надходить через сенсорні канали в момент комунікативної взаємодії, насамперед, просторово-часові параметри комунікативного акту, кількість / фізичні і статусно-рольові характеристики учасників, їхній фізичний і психічний стан та невербальні комунікативні дії. Параметри перцептивного контексту можуть впливати на інтерпретацію, лише стаючи частиною психічного контексту комунікативного акту, тобто перцептивно-афективно-когнітивного досвіду інтерпретатора, набутого як в процесі соціалізації, так і в акті комунікації.

Важливо підкреслити, що в нашому розумінні психічний контекст охоплює не тільки енциклопедичні знання про певний фрагмент світу у всьому розмаїтті зв'язків і відносин, а й лінгвістичні знання, емоційні переживання та оцінки. Весь цей досвід формується за законами психічної діяльності індивіда під контролем норм і оцінок, що виробляються соціумом, а також конкретною культурою.

Мотиви і цілі формують ієрархію, в різних типологіях представлену глобальною / основною та локальними / допоміжними стратегіями. Глобальні стратегічні цілі визначаються двома глобальними мотивами будь-якої комунікативної взаємодії: створення власного позитивного іміджу і недопущення ущемлення власних інтересів. Ці глобальні мотиви зорієнтовують коммунікантів на кооперацію (прагнення залишатися в межах (лінгво) етологічних норм, заданих соціумом у термінах ввічливості) і конфронтацію (готовність порушити (лінгво) етологічні норми і проявити агресивність для досягнення стратегічних цілей).

Видається, що глобальні стратегічні цілі по-різному реалізуються в межах різних комунікативних подій, тобто зумовлених різними конфігураціями параметрів перцептивного і психічного контексту комунікативних ситуацій, які потенційно можливі в певному лінгвокультурному соціумі.

Комунікативна стратегія – це складник евристичної інтенційної програми планування дискурсу, його проведення й керування ним із метою досягнення кооперативного результату, ефективності інформаційного обміну та впливу [7, с. 501]. Комунікативна стратегія ґрунтується на глобальному намірі комунікації, конкретній інтенції комунікативної дії, інформаційному масиві й інтерактивному режимі (виборі манери, стилю, жанру, прагматичних маркерів). Визначальними є мотив і, відповідно, інтенція (комунікативної мети), бо мотив визначає інтенцію. Мотив об'єкта психотерапевтичного сеансу – отримати психологічну допомогу: позбавитися психологічної проблеми / дискомфорту (душевного болю), досягти душевної гармонії. Мотив суб'єкта (лікаря-психотерапевта) – встановити причину болю (психологічного дискомфорту) й допомогти пацієнту досягти душевної рівноваги.

Цікавим видається питання усвідомленості мотивів: суб'єкт діє цілком свідомо і стратегії суб'єкта усвідомлені й раціональні (у будь-якому разі повинні бути раціональними, бо він фахівець – професіонал), а об'єкт під питанням – об'єкт приходить до терапевта, щоб усвідомити свою проблему, вербалізувавши її. Так, наприклад, пацієнтка Лора (головна героїня серіалу «In Treatment») на підсвідомому рівні відчуває, що кохає психотерапевта Пола, проте лише під час сеансу вона вербалізує цю пропозицію:

Paul (therapist): How long have you felt like this?

Laura(client): A year... From the first session. I thought it would go away. I thought it's just an infatuation, that's all. But it's getting worse. You've become the center of my life ("In Treatment": season 1, episode 1).

Вона усвідомлює, що саме це кохання є причиною її психологічної кризи; до цього вона просто хоче усвідомлювати й відповідно вербалізувати справжній мотив своєї комунікативної поведінки:

P: What was the reaction that you were hoping for?

L: I had... Two scenarios in my head. In the first one you stand up and you hug me... And you say, "I love you. I love you too, Laura. I've been feeling this way for a long time. I just wanted you to be the first one to say it." And then we make love.

P: And the... The second scenario?

L: It's like the first one but... But without the sex.

(In Treatment: season 1, episode 1)

З іншого боку, ***на рівні півсвідомості*** пацієнт, який має проблему, хоче її позбавитися і завдання психотерапевта – знайти цю проблему і вивести ***на рівень свідомості***.

Стратегія спрямована на дієвість у досягненні певної мети. Простежується зв'язок між комунікативними стратегіями та відбором мовних ресурсів й адаптацією їх умов комунікації. Із певним типом мовного акту та його іллокутивною силою співвідноситься певна модальність висловлювання: 1) мовним актам стверджувального типу відповідає раціональна оцінка мовців та зміст їх висловлювань; 2) експресивним – емоційна; 3) висловлення-директиви приховують бажання мовця досягти конкретного результату; 4) комісиви (зобов'язання того, хто веде розмову) передбачають намір та готовність зробити що-небудь для співрозмовника. Тому й побудова стратегії мовного спілкування буде різною.

У сучасній лінгвістиці не визначено єдиної типології комунікативних стратегій. Наявні в науковій літературі типології різняться залежно від авторського бачення стратегій комунікації.

Найбільш поширеною є класифікація комунікативних стратегій Т. ван Дейка, який розрізнив контекстуальні й текстові макростратегії [20, с. 143]. Контекстуальні залежать від загального контексту ситуації, комунікативної взаємодії сфери спілкування й можливості свободи референції. Текстові макростратегії зафіксовані у тексті як сигнали певної теми, що сприяють формуванню гіпотези адресата стосовно теми дискурсу або перевірки, згадування й корекції вже виокремлених адресатом макропозицій.

О. Іссерс диференціює комунікативні стратегії на головні (семантичні й когнітивні) й допоміжні (прагматичні, діалогові й риторичні). Головні стратегії найбільш значущі та здебільшого пов'язані з впливом на адресата, допоміжні – зумовлені ситуацією, контролем за перебігом спілкування й привертанням уваги адресата, наприклад, стратегія самопрезентації, статусні та рольові стратегії [3, с. 104–109]. Прагматичні стратегії пов'язані з компонентами комунікативної ситуації, тобто адресантом, адресатом, каналом зв'язку, комунікативним контекстом. Діалогові комунікативні стратегії властиві діалогічній комунікації. Риторичні стратегії визначають тактики формування стилістичних прийомів і фігур, а також риторичних технік впливу на адресата.

Загальновизнаною є типологія комунікативних стратегій, що ґрунтується на діалогічній взаємодії за результатом комунікативної події – гармонія або конфлікт. З огляду на це стратегії поділяють на кооперативні та некооперативні. Якщо співрозмовники реалізують свої комунікативні наміри, підтримуючи баланс стосунків, це означає, що спілкування вибудуване на основі стратегій кооперації. Якщо цілей комунікації не досягнуто, а спілкування не сприяє вияву позитивних якостей суб'єктів мовлення, то комунікативна подія регулюється стратегіями конфронтації.

За ознакою дієвості Д. Х. Хаймс розрізняє жорсткі, м'які та гнучкі стратегії [16, с. 156–174]. Під жорстокою стратегією розуміємо лінію мовленнєвої поведінки особистості, яка за будь-яких комунікативних обставин свідомо порушує принципи, норми, конвенції спілкування заради досягнення мети у найкоротший термін. М'яка стратегія мовленнєвої поведінки притаманна особистості, яка у будь-якій комунікативній ситуації для досягнення мети прагне дотримуватися принципів, норм, конвенцій тощо. Під гнучкою стратегією маємо на увазі лінію мовленнєвої поведінки особистості, яка, залежно від типу комунікативної ситуації, порушує принципи та норми спілкування чи прагне дотримуватися їх.

Виходячи з наведених класифікацій комунікативних стратегій, констатуємо відсутність єдиного підходу до типології комунікативних стратегій, а наявність різноманітних авторських класифікацій

свідчить про актуальність вивчення комунікативних стратегій у контексті сучасних лінгвістичних студій.

Т. ван Дейк, послуговуючись критерієм ієрархічності, виділяє глобальну і локальні дискурсивні стратегії: глобальна стратегія корелює з глобальною ціллю дискурсу й охоплює весь дискурс, підпорядковуючи локальні стратегії, спрямовані на реалізацію більш конкретних цілей [2, с. 274].

З опертям на описані підходи у межах комунікації в психотерапії пропонуємо класифікацію стратегій за ієрархічним принципом:

1. Метакомунікативні – тобто організаційні або формальні стратегії. Визначаємо їх як дії, що спрямовані на організацію сеансу й на відповідність перебігу комунікативного обміну формату сеансу психотерапії. Сюди належить інформація про: а) об'єм мовлення суб'єкта і об'єкта; кількість ходів об'єкта і суб'єкта (в середньому); б) чи передує сеансу фактичний обмін комунікативними ходами чи одразу йде змістовий обмін і чи є після сеансу завершення організаційне, наприклад, домовленість про наступну зустріч; в) чи є відхилення від формату сеансу з боку пацієнта і яка реакція терапевта (наприклад, прохання не відповідати на телефонний дзвінок під час сеансу).

2. Власне комунікативні – тобто змістові стратегії, що стосуються безпосередньо психологічного впливу під час сеансу.

З огляду на реалізацію наміру комунікативної мети доцільна також класифікація комунікативних стратегій за принципом власне інтенція :: інструменти реалізації інтенції:

1) інтенціональні стратегії, що визначають, яку саме локальну інтенцію реалізує мовець.

2) інструментальні стратегії, які передбачають спосіб реалізації локальної (а в кінцевому підсумку – глобальної) інтенції: наратив, раціональна аргументація, накопичення інформації тощо.

Висновки та перспективи подальшого дослідження.

1. Стратегія мовленнєвого впливу – це спосіб оперування інформацією для зміни поведінки об'єкта мовленнєвого впливу (тобто того, хто піддається цим діям) у напрямку, який визначає суб'єк мовленнєвого впливу (тобто особа, що його здійснює).

2. У межах психотерапевтичного сеансу спираємося на визначення комунікативної стратегії як когнітивного процесу з усвідомленням ситуації, де мовець співвідносить свою комунікативну мету з конкретним мовленням.

3. Головна лінія мовленнєвої поведінки у межах такої конкретної комунікативної дії визначається загальною метою комунікації, ситуативним контекстом та уявленнями про адресата. Тому класифікація комунікативних стратегій сеансу психотерапії здійснюється за різними критеріями.

Реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування здійснюється шляхом вибору оптимальних способів (ходів) спілкування і гнучкої їх видозміни у конкретній конситуації комунікації. Дослідження задіяних у стратегічному потенціалі комунікативних тактик може слугувати перспективою подальших досліджень.

Джерела та література

1. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної прагматики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Академія, 2011. – 304 с.
2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : [пер. с англ.] / Т. А. ван Дейк ; [сост. В. В. Петрова]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – [Изд. 5-е]. – М. : ЛКИ, 2008. – 288 с.
4. Касенкова Т. Н. Речевые стратегии как модуляции перспективы языкового отображения мира : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.01 «Германские языки» / Касенкова Т. Н. – Краснодар, 2000. – 20 с.
5. Корольов І. Р. Комунікативна ситуація «виправдання»: прагматичний та лінгвокультурний виміри : монографія / І. Р. Корольов. – К. : Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2009. – 223 с.
6. Леонтьев А. А. Внутренняя речь и процессы грамматического порождения высказывания / А. А. Леонтьев // Вопросы порождения речи и обучения языку. – М. : [б. и.], 1967. – С. 6–16.
7. Лук'янець М. Комунікативні стратегії і тактики в контексті прагмалінгвістичних студій / М. Лук'янець // Наук. зап. Сер. : Філологічні науки (мовознавство). У 2 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. В. Винниченка, 2012. – Вип. 105 (2). – 592 с.
8. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англомовному дискурсі : [монографія] / А. П. Мартинюк. – Х. : Константа, 2004. – 292 с.

9. Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения / А. А. Романов. – М. : Ин-т языкознания АН СССР, 1988. – 183 с.
10. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер, 2009. – 720 с.
11. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації / О. О. Селіванова. – Черкаси : Вид-во Чабаненко Ю. А., 2011. – 350 с.
12. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. / О. А. Семенюк, В. Ю. Паращук. – К. : ВЦ «Академія», 2010. – 240 с.
13. Сухих С. А. Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса / С. А. Сухих, В. В. Зеленская. – Краснодар : Изд-во Кубан. ун-та, 1998. – 160 с.
14. Тарасова И. П. Структура смысла и структура личности коммуниканта / И. П. Тарасова // Вопросы языкознания. – 1992. – № 4. – С. 103–110.
15. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англомовному дискурсі : монографія / І. Є. Фролова. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
16. Хаймс Д. Х. Этнография речи / Д. Х. Хаймс // Новое в лингвистике. – 1975. – Вып. VII. – С. 156–174.
17. Чернявская В. Е. Программа политической партии как персуазивный текст / В. Е. Чернявская, И. Ю. Логинова // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2005. – № 11. – С. 64–75.
18. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. / О. В. Яшенкова. – К. : Академія, 2010. – 312 с.
19. Brown P. Politeness: some universals in language use / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1987. – 345 p.
20. Dijk T. A. Van. Strategies of Discourse Comprehension / Teun Adrianus van Dijk, Walter Kintsch. – New York : Academic Press, 1983. – 418 p.
21. Goffman E. Forms of talk / E. Goffman. – Oxford : Blackwell, 1981. – 335 p.
22. Gumperz J. J. Discourse Strategies / J. J. Gruperz. – Cambridge : CUP, 1982. – 402 p.
23. Leech G. Principles of pragmatics / G. Leech. – L. : Longman, 1983. – 250 p.
24. Levy D. Communicative goals and strategies: between discourse and syntax / D. Levy // Syntax and semantics. – 1979. – Vol. 12. – P. 183–210.

Качмар Ольга. Коммуникативные стратегии психотерапевтического сеанса. Исследование и типологизация коммуникативных стратегий занимают важное место в традиционных и современных лингвистических изысканиях. В статье освещено понятие коммуникативной стратегии как когнитивный процесс, в котором говорящий соотносит свое коммуникативное намерение с конкретными языковыми выражениями. Выявлены и описаны коммуникативные стратегии / действия, направленные на организацию сеанса и на соответствие течения коммуникативного обмена в формате сеанса психотерапии. Прослеживается связь между коммуникативными стратегиями и отбором языковых ресурсов, а также адаптацией условий коммуникации. Проанализирована роль мотивов и интенций субъекта и объекта психотерапевтического воздействия. Определено, что коммуникативная стратегия основывается на глобальном намерении коммуникации, конкретной интенции коммуникативного действия, информационном массиве и интерактивном режиме. Определяющими в этом процессе является мотив и, соответственно, интенция коммуникативной цели, поскольку мотив определяет интенцию. Также описано классификацию стратегий коммуникативного поведения участников сеанса психотерапии.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, коммуникативная цель, интенция, мотив, сеанс психотерапии, когнитивный процесс, классификация.

Kachmar Olga. Communication Strategies in Psychotherapy Sessions. Research and typology of communication strategies play an important role in traditional and modern linguistic research. The article deals with the notion of communication strategy as a cognitive process where speaker correlates his communicative intent with specific linguistic expressions. Communication strategies / actions aimed at the psychotherapy sessions organization and communicative exchange are discovered and described in it. Correlation between communication strategies and selection of linguistic means is analyzed as far as adaptation of communication conditions. The role of the motives and intentions of the subject and object of psychotherapeutic effects is characterised in the article. The communication strategy is based on the global communicative intent, specific intent of communicative action, information files and interactively. As it is mentioned in the research, motive is a decisive factor in this process as it defines the intention. Also the classification of communication strategies of psychotherapy session is suggested in it.

Key words: communicative strategy, communicative purpose, intention, motive, session of psychotherapy, cognitive process, classification.

Стаття надійшла до редколегії
19.01.2015 р.