DOI: 10.17117/na.2015.09.1496

Поступила (Received): 29.09.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.09.1496.pdf>

Дубских А.И.

Аспекты изучения коммуникативных стратегий и тактик

Dubskikh A.I.

Aspects of the study of communication strategies and tactics

Понятие коммуникативной стратегии широко распространено в лингвистических исследованиях, направленных на изучение способов воздействия собеседников друг на друга в речевом общении. Активное употребление этих терминов в современной науке отражает реализацию прагматического подхода к анализу языковых фактов

Ключевые слова: прагматика, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика

The concept of communication strategy is common in linguistic studies. Active use of these terms in modern science reflects the implementation of a pragmatic approach to the analysis of linguistic facts

Key words: pragmatics, communicative strategy, communicative tactics

Дубских Ангелина Ивановна

Кандидат филологических наук, доцент
Магнитогорский государственный технический
университет им. Г.И. Носова
г. Магнитогорск, пр. Ленина, 38

Dubskikh Angelina Ivanovna

Candidate of Philological Sciences, Associate
Professor
Magnitogorsk state technical university named G.I.
Nosov
Magnitogorsk, Lenin st., 38

Понятие коммуникативной стратегии широко распространено в лингвистических исследованиях, направленных на изучение способов воздействия собеседников друг на друга в речевом общении. Активное употребление этих терминов в современной науке отражает реализацию прагматического подхода к анализу языковых фактов.

Под коммуникативной стратегией понимаются приемы выбора, структурирования и подачи в высказывании необходимой информации, которая подчинена целям коммуникативного воздействия [6, С. 549]. Коммуникативная стратегия мыслится как совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в процессе общения теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативных целей [5, С. 18]. Коммуникативная стратегия трактуется также как организация последовательности речевых действий, которая зависит от цели речевого взаимодействия и обуславливает выбор адресантом лингвистических единиц для достижения этой цели в соответствии с желаниями или предпочтениями говорящего [7, С. 147].

Интересно отметить, что в определениях коммуникативной стратегии, приведенных нами, важная роль отводится моменту целеполагания: в следо-

вании той или иной стратегии адресант придерживается определенной цели – «общего мотива действия», «высшей интенции», «сверхзадачи» [3, С. 85], обуславливающей выбор тех или иных речевых действий. При этом следует сказать, что реплики, в которых реализуются речевые действия в рамках выбранной стратегии, могут быть различными с позиции их лексико-синтаксического наполнения, но едиными с точки зрения заключенного в них смысла. Реплики, сходные по своему смысловому наполнению, объединяются в тактики, подчиненные цели речевого общения [3, С. 86]. Коммуникативная тактика представляется нам как совокупность практических способов реализации коммуникативного намерения в реальном процессе речевого взаимодействия. В отличие от коммуникативной стратегии коммуникативная тактика соотносится прежде всего не с коммуникативной целью – глобальным замыслом речевого общения, а с набором коммуникативных намерений, которые обуславливаются различными факторами [5, С. 19].

Исходя из нашего определения коммуникативной стратегии и тактики, наиболее продуктивными понятиями являются понятия цели, мотива и действия.

Коммуникативные стратегии как разновидность человеческой деятельности имеют глубинную связь с мотивами, управляющими речевым поведением личности и явную, наблюдаемую связь с его потребностями и желаниями. Превращение мотива в мотив-цель, выбор одной из нескольких целей, выделение промежуточных целей лежат в основе механизма коммуникативных стратегий. Можно выделить два типа основных целей, которые отражают существенные мотивы человеческого поведения. Во-первых, это желание быть эффективным (то есть реализовать интенцию), во-вторых, необходимость приспособиться к ситуации. На этой основе выделяются первостепенные и второстепенные цели. Первостепенными являются цели воздействия, ради которых и затевалась коммуникация. Эти цели позволяют сегментировать процесс общения, выявить стратегически значимые единицы. Осознание первостепенных целей стимулирует рассмотрение иных второстепенных целей.

Эффективность является главным критерием, по которому люди осуществляют выбор стратегий и тактик. В то же время на выбор влияют и второстепенные цели, которые говорящий в той или иной степени осознает и учитывает. Если первостепенные цели инициируют коммуникативный процесс и управляют речевыми действиями, то второстепенные служат своего рода границами, которые определяют вербальный выбор и тип речевого поведения.

Поскольку в процессе коммуникации обычно существует несколько способов достичь цели, стратегии имеют отношение к выбору. В реальном общении говорящий часто имеет не одну цель: даже один мотив допускает несколько целей, а обычно поведение личности обусловлено несколькими мотивами. Поэтому эффективность коммуникативной стратегии оценивается по достижению максимального количества целей либо в зависимости от их иерархии: наиболее желательные цели должны быть достигнуты в первую очередь. Говорящий на разных этапах определяет приоритет той или иной цели и соответственно корректирует свои речевые действия.

Разграничение двух типов целей находит отражение в типологии коммуникативных стратегий.

Исчерпывающая классификация коммуникативных стратегий представляется весьма затруднительной в силу многообразия коммуникативных ситуаций. С функциональной точки зрения можно выделить *основные* и *вспомогательные стратегии* [4, С. 106-108]. *Основной* можно назвать стратегию, которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой с точки зрения иерархии мотивов и целей. *Вспомогательные стратегии* способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия и оптимальному воздействию на адресата. Стратегически значимыми являются все компоненты коммуникативной ситуации: адресант, адресат, канал связи, коммуникативный контекст (сообщение является предметом семантических категорий). В связи с этим можно обнаружить стратегию самопрезентации, статусные и ролевые стратегии, эмоционально настраивающие стратегии. Коммуникативная ситуация диктует и выбор речевого акта, оптимального с точки зрения интенции говорящего.

Итак, коммуникативную стратегию мы определяем с позиции цели высказывания. Каждая отдельно взятая коммуникативная стратегия характеризуется набором определенных тактик. Коммуникативная тактика представляется нами как совокупность практических способов реализации коммуникативного намерения в реальном процессе речевого взаимодействия.

Список используемых источников:

1. Дубских А.И. Современные концепции самопрезентации и ее роль в обществе // Научные труды SWorld. 2012. Т. 41. № 4. С. 33-35.
2. Дубских А.И. Фактор адресата в публицистическом дискурсе: лингво-когнитивный аспект // Этногерменевтика и когнитивная лингвистика. Ландау, 2007. С. 478-482.
3. Верецагин Е.М., Ратмайр Р., Ройтер Т. Речевые тактики «призыва к откровенности». Еще одна попытка проникнуть в идиоматику речевого поведения и русско-немецкий контрастивный подход // Вопросы языкознания. 1992. №6. С. 82-93.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
5. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. 320 с.
6. Пирогова Ю.К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации // Текст. Интертекст. Культура. М.: Азбуковик, 2001. С. 543-553.
7. Терихов С.А. О социальном аспекте речевого взаимодействия в коммуникативном контексте // Классическое лингвистическое образование в современном мультикультурном пространстве. Пятигорск: PGLU, 2004. С. 147-149.
8. Харитонова С.В. Культурологический аспект во взаимодействии языка и культуры // Актуальные проблемы теоретических и прикладных исследований: язык, культура, ментальность. Магнитогорск, 2014. С. 256-259.
9. Харитонова С.В. Важность культурологического компонента при изучении иностранного языка в университете // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. 2010. С. 332-334.