



Человек, представленный в лингвистике как языковая личность, в течение своей жизни принимает участие в неограниченном количестве актов коммуникации. В соответствии с целью общения он выбирает ту или иную модель речевого поведения, чтобы обеспечить успешную и, главное, эффективную межличностную коммуникацию. Для того чтобы акт общения в итоге оправдал ожидания и завершился благополучно, говорящий или пишущий использует определенный набор речевых средств и приёмов, способствующих реализации его интенции. Данный речевой арсенал детерминируется коммуникативной стратегией.

В современной науке существует несколько определений коммуникативной стратегии. В частности, М.Л. Макаров, придерживающийся прагматического подхода в изучении данного понятия, предлагает трактовать его как «цепь решений говорящего, его выбор определенных коммуникативных действий и языковых средств; реализация набора целей в структуре общения». При этом исследователь указывает на необходимость осуществления речевого воздействия на собеседника, что поможет трансформировать поведение последнего в нужном русле. Коммуникатор вынужден детально планировать акт общения, опираясь на свою цель и задачи, чтобы обеспечить успех своему сообщению и осуществление собственных целей. Однако М.Л. Макаров уделяет большое внимание именно языковым средствам, а не цели коммуникативного акта, что заставляет нас сближать данное определение с коммуникативной тактикой, т.к. данные средства реализуют определенную речевую стратегию в конкретной ситуации.

Т.А. ван Дейк описывает коммуникативную стратегию как «некую общую инструкцию для каждой конкретной ситуации интерпретации». При этом посредством той или иной стратегии могут достигаться как какие-либо личные цели говорящего, так и общие социальные цели (там же). На выбор же определенной линии речевого поведения, по мнению лингвиста, влияет конкретное намерение коммуникатора, проявляющееся в данной ситуации (когнитивно-дискурсивный подход).

По мнению О. С. Иссерс, развивающей подход Т.А. ван Дейка, под коммуникативной стратегией следует понимать «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели». При этом лингвист связывает данное понятие непосредственно с этапом планирования, когда не только определяется сама

стратегия, но и намечаются используемые тактики, средства и приемы в соответствии с общей целью коммуникации. Данное лингвистическое явление, определяющее способ достижения цели говорящего, предполагает «планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникаторов, а также реализацию плана общения». Здесь исследователь, продолжая когнитивный подход, проводит параллель между лингвистикой и военным делом, где стратегия тесно связана с расчётами военных действий, однако в языкознании О.С. Иссерс представляет это как подготовку к действиям, сопряженным с социальной конфронтацией или сотрудничеством.

Исследователь Е.В. Ключев настаивает на определении данного явления как «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели». При этом выработка той или иной стратегии зависит от конкретной интенции коммуникатора. Лингвист В.С. Анохина, рассматривая коммуникативную стратегию, дает этому явлению наиболее общее из всех представленных определение: «выбор определенной линии речевого поведения в конкретной ситуации в интересах достижения цели коммуникации».

Таким образом, на сегодняшний день в лингвистике существует большое количество определений коммуникативной стратегии, которые можно разделить на несколько групп в соответствии с используемым подходом (когнитивным, прагматическим, психологическим). Однако наиболее целесообразным представляется рассматривать данное явление как сложный лингвистический феномен, возникший в результате взаимодействия вышеперечисленных подходов. В данном исследовании мы будем понимать под коммуникативной стратегией общую цель говорящего в рамках конкретного акта коммуникации, а также речевую перспективу. Коммуникативная стратегия определяет коммуникативное поведение адресанта и реализуется посредством совокупности речевых ходов (тактик), репрезентируемых комплексом вербальных и невербальных средств.

В связи с этим в лингвистике наблюдается также столкновение терминов коммуникативная и речевая стратегия. Часть лингвистов предлагает считать их синонимичными и никаким образом не разграничивать, однако остальные, вслед за Т.А. ван Дейком, полагают, что понятие коммуникативной стратегии является первичным, более общим, так как включает в себя не только вербальные, но и невербальные приемы. Так исследователь выделяет паралингвистический уровень, куда входят жесты, мимика, кинесика, любой физический контакт собеседников. В то же время речевая стратегия подразумевает совокупность исключительно

словесных приемов и средств, выраженных формально.

Наличие различных определений данного языкового явления обуславливает, в то же время, большое количество подходов к классификации его видов. Наиболее распространенным в современной лингвистике считается деление коммуникативных стратегий на конфронтационные и неконфронтационные (кооперационные) [6]. Стратегии первого типа ориентированы, в первую очередь, на создание и поддержание конфликтных ситуаций. Данные стратегии ориентированы на то, чтобы, действуя активно и самостоятельно, коммуникатор достигал собственных целей, не обращая внимания на интересы партнера по коммуникации. Наиболее часто данная стратегия представлена в трех своих разновидностях: дискредитация, призыв и угроза. В то же время она характеризуется наличием агрессии, а в качестве одного из основных средств ее реализации выступает манипуляция. При этом агрессия предполагает демонстрацию собеседнику крайне негативного отношения как ответ на предыдущие действия партнера, тогда как второе явление подразумевает управление поведением или мнением собеседника, навязывание ему собственной точки зрения по тому или иному вопросу. В целом, конфронтационные стратегии используются в ситуациях, когда говорящий сознательно идет на конфликт, что изначально предусмотрено планом акта общения.

Неконфронтационные или кооперативные стратегии, в свою очередь, предполагают достижение говорящим собственной цели при условии сохранения баланса интересов обеих сторон, принимающих участие в коммуникации. Такие стратегии противопоставлены конфронтационным, так как ориентированы на поиск компромисса и характеризуются использованием более «мягких» приемов и тактик. Здесь следует говорить о необходимости выделения таких форм реализации данных стратегий, как сотрудничество и призыв. В подобных актах общения преобладают диалоги с ожиданием ответной реплики инициатором диалога, позволяющие принять во внимание мнение собеседника по конкретному вопросу, что облегчает весь процесс взаимодействия.

В целом, коммуникативные стратегии, представляя собой комплекс речевых действий, предназначенных для решения конкретной коммуникативной задачи, реализуются посредством ряда коммуникативных тактик. Под этим термином мы вслед за лингвистом О.С. Иссерс подразумеваем «одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии. Они связаны между собой как «род и вид»». При этом набор тех или иных тактик изменчив и динамичен, он может меняться в процессе коммуникации при смене цели говорящего и его коммуникативной

стратегии. Наибольшего успеха достигает коммуникатор, который использует целый комплекс тактик, каждая из которых включает несколько фраз. Следует отметить, что в СМИ первостепенную роль играют тактики обвинения и оправдания, которые имеют цель или косвенно дискредитировать оппонента (стратегия дискредитации), привлечь внимание к определенной личности посредством обвинения ее в каком-либо проступке (стратегия самопрезентации) или скомпрометировать конфликт (стратегия угрозы). Одним из важных маркеров данных тактик выступает прием манипуляции, позволяющий реализовывать массовое воздействие на мнение аудитории.

Наиболее частотные коммуникативные тактики:

- **тактика анализ-«минус»** (сообщение коммуникатора носит крайне негативный характер, в то время как отрицательные эмоции по отношению к описываемым событиям выражаются имплицитно при помощи преимущественно лексических языковых средств; характерно скрытое воздействие – суггестивная функция);
- **тактика обвинения** (приписывание конкретному лицу вины; обличение оппонента осуществляется, как правило, при помощи лексем с негативной коннотацией; разновидность – безличное обличение, когда коммуникатор не называет на прямую своего противника, а лишь указывает на него, используя неопределенно-личные предложения и дейктические слова);
- **тактика очернения** (преднамеренное принижение, выставление на показ слабых или отрицательных (иногда мнимых) сторон оппонента, грубая насмешка над ним с целью подорвать его авторитет и лишить доверия масс; иногда используется коммуникатором с целью показать свои достоинства, привлекательность на фоне противника; данная тактика реализуется посредством использования лексем с негативной коннотации, наиболее часто функционирует в политическом дискурсе).
- **тактика презентации** (представление кого-либо в привлекательном виде для достижения профессиональных или личных целей; преподнесение субъекта в исключительно положительном свете при помощи лексем с положительной коннотацией; разновидность – тактика самопрезентации; когда из средства становится главной целью коммуникации, превращается в стратегию),
- **тактика отвода критики** (приведение коммуникатором аргументов в чью-либо пользу с целью оправдать его поступки, при этом осуществляется дистанцирование от ситуации с целью показать аудитории свою непричастность и объективность по отношению к описываемым событиям);

- **тактика побуждения** (призыв к действию, к принятию определенной точки зрения, убеждение реципиента поступить выгодным для коммуникатора образом; характерно использование местоимения «мы» для создания у адресата чувства сопричастности);
- **тактика кооперации** (апелляция к идеям и ценностям адресата с целью использования его в собственных интересах, что способствует установлению баланса в отношениях коммуникатор-реципиент; максимальный эффект достигается за счет создания доверительной атмосферы);
- **тактика обещания** (обязательство исполнить волю реципиента после выполнения им каких-либо условий, в то же время важна уверенность адресата в данных обязательствах; данная тактика реализуется при помощи использования глаголов совершенного вида в форме будущего времени);
- **тактика предупреждения** (предостережение адресата от выполнения каких-либо действий, которые потенциально могут нанести вред его репутации или текущему положению дел);
- **тактика провокации** (подстрекательство к действиям, характеризующимся негативными последствиями; тактика предполагает обращение говорящего к табуированным темам, отрицание общечеловеческих ценностей и поддержку девиантного и делинквентного поведения).

Таким образом, в современной лингвистике существуют разнообразные подходы к определению понятия коммуникативной стратегии, что обуславливает многообразие их классификаций. В то же время это связано с функционированием стратегий в разных сферах дискурса (рекламный, политический, интернет-коммуникация и т.д.). В целом, коммуникативная стратегия подразумевает совокупность речевых и неречевых средств, используемых для реализации коммуникатором определенной цели и направленных на собеседника в ситуации общения. С другой стороны, это – комплекс тактик, тщательный подбор которых обеспечивает успех коммуникации и позволяет говорящему умело управлять не только актом общения, но и иногда мнением своего собеседника.