

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Коммуникативные стратегии и тактики как аспект прагматики английского языка делового общения

Эзенкина Александра Владимировна

Аспирант

Московский государственный институт международных отношений, Институт внешнеэкономических связей, Москва, Россия

E-mail: aezenkina@mail.ru

Проблема эффективности общения, в частности, профессиональной коммуникации, привлекает внимание исследователей в силу своей практической значимости. Современное иноязычное деловое общение выдвигает четкие требования к участникам коммуникации: необходимо не только уметь говорить на иностранном языке, но и говорить эффективно – то есть влиять на действия собеседника, получать результат с помощью слова.

Проблема коммуникативных стратегий и тактик относится к области вопросов, решаемых в рамках лингвистической прагматики (поскольку касается условий использования говорящими языковых знаков), функциональной лингвистики (так как выбор языковой формы объясняется ее функциями), психолингвистики (поскольку она затрагивает взаимоотношение языка и сознания).

Коммуникативные стратегии и тактики рассматривались с различных точек зрения, однако суть явления характеризуется лингвистами схожим образом [1: 200, 2: 182, 3: 18]. Ключевыми понятиями в определениях становятся «направление развития», «вектор, линия речевого поведения», «цепь решений», «выбор коммуникативных намерений», «совокупность теоретических ходов». Они подчеркивают следующие характеристики коммуникативных стратегий и тактик:

- целеполагание, речевое планирование (говорящий заранее прогнозирует необходимый прагматический и коммуникативный результат своей речевой деятельности);
- ориентация на достижение коммуникативных задач (отбор целесообразных речевых действий, которые могут привести к цели);
- языковое варьирование (результат достигается различными языковыми средствами).

За счет разнообразия коммуникативных тактик общая стратегия обладает определенной гибкостью, а тактики обеспечивают постоянную «обратную связь» между коммуникантами. Коммуникативная стратегия всегда отличается динамикой, так как в ходе общения она подвергается постоянной корректировке, непосредственно зависит от речевых действий оппонента и от постоянно пополняющегося и изменяющегося контекста дискурса. Динамика соотношения осуществляемого в данный момент хода с предшествующими, а также их влияние на последующие – один из главных признаков стратегии [4: 114].

Корректировка стратегии представляет собой следующий процесс. Цель общения задает общую стратегию инициатора диалога, ответные стратегии собеседника, определяет тактические ходы общающихся, характер их речевых действий [3]. На разных этапах взаимодействия коммуникантов в зависимости от количества целей или их приоритетности партнеры по коммуникации корректируют свои речевые действия. Это ста-

новится возможным, поскольку каждая речевая стратегия характеризуется набором определенных тактик.

Например, для реализации кооперативных стратегий речевого поведения используются тактики предложения (*You might like to try giving your lawyer a call*), согласия (*There are many people who would share this view*), уступки (*Nonetheless, it's an outstanding work*), одобрения (*There's a lot of truth in what he says*), похвалы (*You are a top-flight controller*), комплимента (*Your idea was second to none*).

Стратегии конфронтации реализуются тактиками угрозы (*Touch him at your peril*), запугивания (*I haven't done with you yet*), упрёка (*Nobody can complain, you least of all*), издевки (*I can't believe you said that*), колкости (*I would dispute the idea*), оскорбления (*It's no concern of yours*) и др.

Существуют смешанные тактики, которые могут быть как кооперативными, так и конфликтными. К ним относятся тактики лжи, иронии, лести, подкупа, замечания, просьбы, смены темы и др. Речевые тактики выполняют функцию способов осуществления стратегии речи: они формируют части диалога, группируя и чередуя модальные оттенки разговора.

Эффективность делового общения исследуется в ряде работ российских и зарубежных лингвистов [2,3,5]. Прагматический потенциал коммуникативных стратегий и тактик английского языка представляется важным инструментом повышения эффективности делового общения. Создание оптимальных условий деловой коммуникации является условием успешного взаимодействия бизнес-партнеров. Коммуникативная стратегия, являясь организующим механизмом дискурса, учитывает совокупность смыслов дискурса и помогает осуществлять подбор языковых средств в соответствии с заданной целью в динамически изменяющихся коммуникативных условиях.

Так, следующий пример отражает прагматические характеристики дискурса двух коллег-юристов:

Barry Nuzzo: I have an idea. I think I can go to Arthur and have a long chat. We can unwind this thing. You bring back the file, forget whatever is in it, the firm forgives and forgets too.

Michael Brock: They sent you, didn't they?

Barry Nuzzo: No, I swear.

Michael Brock: It's much more complicated than that. Tell Rafter to do his homework before he pulls some harebrained stunt. Believe me, Barry, this is front-page stuff. [6]

Коммуникативная цель Б. Нуццо – убедить бывшего коллегу вернуть украденный файл. Коммуникативная стратегия – уговоры. Говорящий использует косвенные тактики убеждения – предлагает компромисс (*You forget . . . the firm forgets too*). Непринужденный тон беседы не вводит М. Брока в заблуждение. Он настроен на конфронтацию и прибегает к тактике «разоблачения» – задает прямой вопрос (*They sent you, didn't they?*) Несмотря на очевидность намерений Б. Нуццо, он продолжает играть роль друга и отрицает свою связь с фирмой, используя категоричное «*No, I swear*». Подчеркивая твердость своей позиции, М. Брок прибегает к иронии (*Tell Rafter to do his homework before he pulls some harebrained stunt*). Обращение по имени усиливает прагматический эффект от его слов (*this is front-page stuff*).

Таким образом, прагматическими свойствами рассмотренных коммуникативных стратегий и тактик являются, во-первых, речевое воздействие, во-вторых, убедительность

аргументации, и, наконец, реализация коммуникативных целей.

Умелый анализ коммуникативной ситуации и целесообразный выбор языковых средств предоставляет в распоряжение коммуниканта более широкий спектр возможностей для речевого планирования и повышает шансы на успешное решение деловых задач.

Литература

1. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. М., 2009.
2. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М., 2009.
3. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: Коммуникативные стратегии. Коммуникативные тактики. Успешность речевого взаимодействия. М., 1998.
4. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М., 2003.
5. Пономаренко Е.В. Лингвосинергетика бизнес-общения с позиций компетентностного подхода (на материале английского языка). М., 2010.
6. Grisham J. The Street Lawyer. New York, 2003.

Слова благодарности

Хотела бы выразить глубокую признательность научному руководителю Евгении Витальевне Пономаренко.