

Заглавие документа:

Василина, В.Н. Понятия стратегии и тактики в прагмалингвистике / В.Н. Василина // Вестник МГЛУ. Серия 1. Филология. – 2006. – № 1 (21). – С. 28–37.

Авторы: Василина, Владимир Николаевич

Тема: Прагмалингвистика

Дата публикации: 2006

Издатель: Учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет»

Аннотация: *В статье рассматриваются различные подходы к интерпретации понятий «стратегии» и «тактики» в прагмалингвистике, а также предлагается новый подход к их определению. Стратегия задается коммуникативной ролью в эпизоде общения, а оформление коммуникативной роли – тактическая характеристика. При этом задача инициатора общения состоит в том, чтобы выбрать хорошую тактику для стратегии. Задача адресата в диалоге – за всеми тактическими приемами инициатора усмотреть стратегию.*

Номер гос. рег.: Свидетельство о регистрации №2293

В.Н. Василина

ПОНЯТИЯ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ПРАГМАЛИНГВИСТИКЕ

In this article the notions of speech strategy and speech tactics are examined and a new approach to their definition is offered.

Если основной функцией языка признать функцию организации деятельности, то язык является компонентом любого вида деятельности, действием для предотвращения ее дезорганизации [1, с. 42]. Человеческая коммуникация есть процесс взаимодействия двух или более языковых личностей с целью передачи/получения/обмена информацией, т.е. того или иного воздействия на собеседника, необходимого для осуществления совместной деятельности [11, с. 172]. Следовательно, язык обладает такими интерпретационными возможностями, которые позволяют планировать речевое воздействие. Сущность речевого воздействия заключается в таком

использовании языка, при котором в модель мира реципиента (слушателя, читателя) вводятся новые знания и модифицируются уже имеющиеся [8].

Планирование речевой деятельности подчиняется *стратегиям* и *тактикам*. Понятия стратегии и тактики часто используются в исследованиях по прагматике. Однако при этом существует проблема *толкования* этих терминов, так как лингвисты не пришли к единому мнению о том, что они обозначают. В работах разных авторов можно встретить такие понятия как *коммуникативные стратегии*, *речевые стратегии*, *когнитивные стратегии*, *семантические стратегии*. При этом обычно рассматриваются одни и те же явления. Следует при этом отметить, что названия коммуникативная стратегия и речевая стратегия синонимичны и обозначают наиболее общие понятия.

Рассмотрим некоторые наиболее распространенные подходы к трактовке стратегий и тактик, с которыми можно согласиться лишь частично.

Иногда под стратегией понимается цепь решений говорящего, коммуникативных выборов тех или иных речевых действий и языковых средств. Другая точка зрения связывает стратегию с реализацией набора целей в структуре общения. По мнению М.Л. Макарова, эти два подхода не находятся в противоречии, а дополняют друг друга, они вместе намного полнее раскрывают природу естественного языкового общения и его строение. Каждое высказывание, как и их последовательность, выполняет множество функций и преследует множество целей, в связи с чем говорящим выбираются языковые средства, которые оптимально соответствуют имеющимся целям [12, с. 193].

В широком смысле коммуникативная стратегия определяется как некий тип поведения одного из партнеров в конкретной ситуации диалогического общения, который обусловлен и соотносим с планом достижения коммуникативных (или глобальной) целей в рамках типового фреймового сценария [14, с. 103]. А.А. Романов полагает, что речевая стратегия говорящего как составляющая плана реализации иллокутивного потенциала типового функционально-семантического поля раскрывает через определенные языковые форманты (показатели) иерархическое отношение между глобальной (основной) и тактическими (локальными) целями. Как тип речевого поведения стратегия может быть представлена в виде набора некоторых конститuentов – действий, соотносимых с планом, целями и условиями их достижения. Поэтому стратегию следует рассматривать как некоторую перспекцию того, как различные цели могут и должны быть достигнуты и какой набор действий необходим для этого [14, с. 104].

Часто стратегии относят к глобальному уровню осознания ситуации общения в целом, называя тактиками локальные риторические приемы и линии речевого поведения [5, с. 208]. Считается, что коммуникативная стратегия характеризуется гибкостью и динамикой. В ходе общения она подвергается постоянной корректировке и изменяющемуся контексту дискурса.

Н.П. Формановская считает, что стратегии связаны с общим замыслом конечной цели общения, тактики состоят из конкретных речевых ходов, соответствующих общей стратегии [18, с. 72]. Среди тактик, осуществляемых с помощью различных речевых действий и отвечающих ожиданиям партнера, выделяется тактика умолчания, когда вербальная реакция отсутствует, но молчание полно смысла (согласие, отказ, уход от ответа, озадачивание партнера и т.д.). Владение стратегиями и тактиками входит в прагматическую компетенцию говорящего: чем более он компетентен в языке и речи, в применении постулатов и правил общения, тем многообразнее и гибче его стратегии и тактики и тем успешнее он добивается своих целей. Чем более официальна обстановка общения и социальные роли говорящих, тем жестче сценарии, стереотипнее их каркас и строже контроль за стратегиями и тактиками. Стратегический план и тактические ходы тесно связаны. Стратегическая цель может быть направлена на завоевание авторитета или желание понравиться; на передачу партнеру новых знаний, на изменение его мировоззрения; на создание хорошего настроения (или изменение к лучшему); на запугивание партнера, лишение его воли и способности сопротивляться, выведение из психологического равновесия; на убеждение сделать нечто, предостережение от опрометчивого поступка; на воздержание от критики, на подстрекательство к чему-либо, на практическое желание продвижения по службе – и т.д. и т.п. [18, с. 72]. Стратегический план может осуществляться с помощью целого ряда тактических ходов. Цепочка тактических ходов образует типизированные тексты общения соответственно сценариям коммуникативных эпизодов.

В.Б. Кашкин полагает, что коммуникативная стратегия – это часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели [9], а Е.В. Клюев – что это “стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт” [10]. Стратегия – общая рамка поведения, которая может включать и отступления от цели в отдельных шагах. По мнению В.Б. Кашкина, коммуникативная тактика, в противовес стратегии, как общей канве коммуникативного поведения, может рассматриваться в качестве совокупности практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия. Коммуникативная тактика является более мелким масштабом рассмотрения коммуникативного процесса по сравнению с коммуникативной стратегией. Она соотносится не с коммуникативной целью, а с набором отдельных коммуникативных намерений [9].

Ван Дейк определяет *когнитивную стратегию* как “способ обработки информации в памяти” [6]. Новое знание должно быть введено в модель мира адресата таким образом, чтобы он принял его, соотнес с уже известным и осознал как свое, личное. Следовательно, *когнитивная стратегия* есть план, цель которого – помочь адресату в процедуре обработки информации. Адресату необходимо “помочь” перейти от частного

примера к обобщению, из общих положений сделать выводы о частностях, перенести информацию из одной когнитивной области в другую и т.д. [7; 8]. *Семантическая стратегия* может быть определена как способ индуцирования желательной семантики, которое осуществляется через использование различных языковых ресурсов. Семантически стратегии определяют, как и какими языковыми средствами цель может быть достигнута. Следовательно, стратегии этого типа имеют непосредственное отношение к выбору семантических, стилистических и прагматических средств. Возможность достичь цели разными путями находит отражение в понятии *речевой тактики*, которая в некоторой степени соотносится с понятием семантического хода у ван Дейка. (Семантический ход реляционен, т.е. определяется функционально по отношению к предшествующему и последующему ходам; тактики же относительно независимы, они могут использоваться как изолированно, так и комплексно) [8; 7].

Т.Е. Янко понимает стратегию в узком смысле, рассматривая уровень предложения. По мнению Т.Е. Янко, коммуникативная стратегия говорящего состоит в выборе коммуникативных намерений, распределении квантов информации по коммуникативным составляющим и выборе порядка следования коммуникативных составляющих в предложении. Коммуникативная стратегия включает в себя:

- 1) выбор глобального речевого намерения, например намерения выступить с сообщением или констатацией факта, задать вопрос, обратиться с просьбой;
- 2) отбор тех компонентов семантики предложения и экстралингвистической конситуации, которые соответствуют модифицирующим коммуникативным значениям;
- 3) определение того, какой объем информации придется на одну тему, одну рему и т.д.;
- 4) соотнесение квантов информации о ситуации с состояниями сознания собеседников и фактором эмпатии;
- 5) определение порядка следования коммуникативных составляющих;
- 6) настройку коммуникативной структуры предложения на определенный коммуникативный режим, стиль и жанр [19, с. 38].

Свой подход к пониманию стратегий предлагает С.А. Сухих. Он полагает, что *речевая стратегия* задает однозначное прочтение речевого действия. По его мнению, в речевой стратегии получают реализацию определенные установки (диспозиции) личности. Речевая стратегия обуславливает определенную последовательность действий говорящего в соответствии с планом (в случае волевого поведения) или установкой (в случае импульсивного поведения). На структуру речевой стратегии влияют системы ценностей, убеждений, социальных норм и конвенций, составляющие в совокупности диспозицию личности [16, с. 73; 17, с. 16]. Одной из составляющих механизма речевых стратегий является целеполагание, включающее выбор одной из множества целей, превращение

мотива в мотив-цель, выделение промежуточных целей. К стадии формирования стратегий, кроме целеобразования, относится оценка ситуации. Процесс вербализации соответствует стадии выполнения. В ходе интеракции могут производиться пересмотр плана, различного рода коррекции. В результате взаимодействия партнеров их речевые стратегии могут изменяться.

Для диалога характерно наличие двух видов действий: *перспективных*, т.е. тех, которые направлены на развитие речевого взаимодействия, и *реактивных*, направленных на погашение существующих условий. При анализе речевого взаимодействия обнаруживается, что отдельные типы речевых актов выполняют разные роли в реализации стратегий. Типы стратегий зависят в первую очередь от социальных диспозиций личности [17, с. 20–21].

Согласно И.В. Сорокиной, стратегии коммуникантов складываются из последовательности конвенциональных коммуникативных ходов (реплик) и коммуникативных шагов (речевых действий), образованных на базе определенных тактических речевых приемов [15]. В нормативном общении различают *жесткие*, *мягкие* и *гибкие* дискурсивные стратегии. В понятие *жесткой* дискурсивной стратегии вкладывается линия речевого поведения личности, которая в любой коммуникативной обстановке сознательно нарушает принципы, нормы и конвенции общения ради достижения цели в кратчайшие сроки. *Мягкая* дискурсивная стратегия – это линия речевого поведения личности, которая в любой коммуникативной обстановке для достижения цели стремится соблюдать принципы, нормы и конвенции общения. При осуществлении *гибкой* дискурсивной стратегии в зависимости от коммуникативной обстановки языковая личность либо сознательно нарушает принципы, нормы и конвенции общения, либо стремится соблюдать их [13, с. 51].

Высказывание, рассматриваемое с точки зрения речевой деятельности, и ее частных проявлений – конкретных речевых действий – обладают структурой, основными компонентами которой являются оценка ситуации речи, формирование задачи действия и выбор языковых средств. В оценке говорящего, присутствует ориентация на слушающего. В зависимости от ожидаемой или осуществляемой в процессе реализации высказывания реакции слушающего перечисленные компоненты структуры речевого действия способны модифицироваться [4, с. 56]. Можно утверждать, что говорящий есть всегда первый приемный пункт собственных коммуникативных усилий.

Каждый, кто вступает в общение, имеет представление о своих целях и о своих собеседниках. В диалогическом дискурсе инициатор знает, чего он хочет добиться от своих собеседников. Любой участник общения соотносит свои цели с предполагаемыми целями других участников, чтобы общение было успешным. Инициатор общения строит образ адресата, часто неосознанно. В этот образ входят следующие характеристики:

- 1) отношение к социальному статусу;

- 2) отношение к коммуникативному статусу (в момент общения);
- 3) эмоциональное отношение коммуникантов друг к другу;
- 4) отношение к самому факту общения;
- 5) отношение к необходимости общения для коммуниканта (общение необходимо или навязано);
- 6) отношение к результату эпизода общения: соответствует ли цель общения целям коммуниканта, его интересам, противоречит ли им или не затрагивает их;
- 7) интерес – отношение к результату деятельности (на кого и как она влияет);
- 8) отношение к исполнению программируемого действия (к распределению обязанностей);
- 9) отношение к информации, необходимой для реализации деятельности;
- 10) отношение к умению совершения деятельности (способен, не способен);
- 11) отношение к ведущей роли в эпизоде (коммуникативная роль: инициатор общения, адресат);
- 12) отношение к управлению деятельностью (кто обладает властью и поэтому может запрещать или разрешать);
- 13) отношение ко времени (когда должна совершиться деятельность: до, теперь, после) [2, с. 57; 3, с. 81].

Исходя из данного образа, коммуникант должен определить, какие параметры адресата он должен изменить, выбрав при этом центральную характеристику. Такое действие мы считаем стратегией. То есть стратегия связана с тем, что человек решает, что нужно изменить и нужно ли изменить вообще. Принципы общения начинают выступать как первые реализации стратегии. Руководствуясь своей стратегией, коммуникант выбирает кооперативное или некооперативное, вежливое или невежливое поведение. Стратегии нейтральны, т.е. неконвенциональны, несоциальны, внекультурны, неэтноспецифичны. Они задают то, что говорящему в принципе нужно. Стратегии определяют коммуникацию интенционально. Они имеют форму и содержание, реализуясь через генеральный речевой акт, который часто не произносится прямо, а передается через имплицатуру.

Однако оформление коммуникативных ходов зависит не только от интенций. На наш взгляд, тактика – это уже выработка того, как добиться осуществления стратегии, на какие другие параметры собеседника нужно оказать влияние. В отличие от стратегий, тактики, обобщением которых являются принципы общения, конвенциональны, установлены культурой. Они ориентируются на многие параметры адресата и условия общения. Коммуникант решает, соответствует или не соответствует форма высказывания данным условиям, нужен ли конкретный речевой акт. Если иллокутивная составляющая не способствует реализации стратегии, то используется имплицатура. Тактика соотносится с конкретными речевыми

актами или ходами и определяется социально-психологическими параметрами.

Таким образом, стратегия задается коммуникативной ролью в эпизоде общения, а оформление коммуникативной роли – тактическая характеристика. При этом задача инициатора общения состоит в том, чтобы выбрать хорошую тактику для стратегии. Задача адресата в диалоге – за всеми тактическими приемами инициатора усмотреть стратегию.

Исследование коммуникативных стратегий и тактик позволяет формулировать и уточнять ролевые предписания речевого поведения носителей языка, углублять описание смысла высказывания.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Богусевич Д.Г.* Единица, функция, уровень: К проблеме классификации единиц языка. Мн.: Вышэйш. шк., 1985. – 116 с.
2. *Богусевич Д.Г.* Характеристика коммуникативной роли и выбор формы иллокутивного компонента высказывания // Методика обучения иностранным языкам. Романское и германское языкознание. Мн., 1989. Вып. 4. С. 56–60.
3. *Ветошкина М.К.* К вопросу об исчислении коммуникативных ролей // Прагматика и логика дискурса. Ижевск, 1991. С. 78–84.
4. *Винокур Т.Г.* Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М.: Наука, 1993. – 172 с.
5. *Гойхман О.Я., Надеина Т.М.* Основы речевой коммуникации. М., 1997.
6. *Дейк Т.А. ван, Кинч В.* Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубеж. лингвистике. Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. М., 1988. С. 153–211.
7. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 2-е, стереотип. М.: УРСС, 2002. – 284 с.
8. *Иссерс О.С.* “Паша-“Мерседес” или речевая стратегия дискредитации // Вестн. Омского ун-та, 1997, Вып. 2. С. 51–54.
9. *Кашкин В.Б.* Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
10. *Клюев Е.В.* Речевая коммуникация. М.: ПРИОР, 1998.
11. *Красных В.В.* основы психолингвистики и теории коммуникации: курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. – 270 с.
12. *Макаров М.Л.* Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
13. *Пушкин А.А.* Прагмалингвистические характеристики дискурса личности // Личностные аспекты языкового общения. Калинин, 1989. С. 45–54.
14. *Романов А.А.* Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М., 1988.
15. *Сорокина И.В.* Информационный интерес и особенности его реализации в диалоге // дис. ... канд. филол. наук. Мн., 1994. – 201 с.
16. *Сухих С.А.* Речевые интеракции и стратегии // Языковое общение и его единицы. Калинин, 1986. С. 71–77.

17. *Сухих С.А., Зеленская В.В.* Прагматическое моделирование коммуникативного процесса: Кубан. гос. ун-т. Краснодар, 1998. – 160 с.
18. *Формановская Н.П.* Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М.: Ин-т рус. яз., 1998. – 291 с.
19. *Янко Т.Е.* Коммуникативные стратегии русской речи. М.: Языки славян. культуры, 2001. – 382 с.