

А. Э. Иванов
Минск, МГЛУ

КООПЕРАТИВНАЯ ТАКТИКА СОГЛАСИЯ В ДИАЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

(на материале художественных фильмов на английском и русском языках)

В данной статье рассматривается проблема репрезентации стратегии кооперации различными тактиками в условиях обиходно-бытовой ситуации. Целью данной статьи является определение средств вербальной актуализации кооперативной тактики согласия, установление ее сходств и различий в кинодискурсе на английском и русском языках. В качестве материала исследования автором были отобраны англоязычные британские художественные фильмы и русскоязычные фильмы белорусского производства. На основании осуществленного анализа автор дает общую характеристику особенностям использования языковых средств для реализации кооперативной тактики согласия в англо- и русскоязычном дискурсе, приходят к выводу о том, что все средства как в английском, так и в русском языках способствуют осуществлению эффективной коммуникации, несмотря на различный их репертуар.

Неоднозначность современной ситуации в мире ставит перед обществом вопросы совершенствования межнационального взаимодействия, в частности, межкультурной коммуникации в международном пространстве, что предполагает использование эффективных коммуникативных стратегий и тактик.

Термины *коммуникативная стратегия* и *тактика* по-разному интерпретируются в научной литературе в зависимости от того, какой научный подход при этом применяется: психологический, прагмалингвистический, текстологический, социологический и т.п. Так, В. Б. Кашкин считает, что коммуникативная стратегия является неотъемлемой составляющей коммуникативного поведения, или интеракции коммуникантов, в которой комплекс различных вербальных и невербальных средств репрезентации используется для осуществления коммуникативной цели [1]; О. С. Иссерс в широком смысле понимает под стратегией «когнитивный план общения» [2, с. 65]; В. И. Максимов интерпретирует стратегию как процесс построения коммуникации, направленный на достижения долговременных результатов [3, с. 112]. Последний из исследователей также утверждает, что стратегия включает в себя планирование взаимодействия в зависимости от конкретной ситуации и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. Тем не менее все исследователи сходятся в том, что коммуникативная стратегия обладает такими свойствами, как системность, целенаправленность и интерактивность, всегда соотносится с коммуникативной интенцией и реализуется посредством набора речевых тактик. Несмотря на то, что в ряде работ термины коммуникативная стратегия и тактика используются иногда неоднозначно, большинство зарубежных, российских и отечественных исследователей

данной проблематики считают, что тактика находится в иерархическом плане на более низком уровне по отношению к стратегии и более высоком по отношению к коммуникативному ходу, определяемому как «инструмент реализации той или иной тактики» [2, с. 98]. Приведенные выше научные данные позволяют представить соотношение понятий *коммуникативная стратегия*, *коммуникативная тактика* и *языковое выражение* в качестве составляющих одной цепи, или триады, в которой первый элемент является планом действий для достижения коммуникативной цели, второй компонент представляет собой конкретный способ достижения данной цели, а третий – языковая репрезентация. Современные принципы эффективной коммуникации требуют гармонизации общения и решение возникших проблем бесконфликтными путями не только в условиях международного пространства, но и в сфере обиходно-бытового общения, что с высокой степенью необходимости предполагает использование кооперативных стратегий и тактик. Г. П. Грайс рассматривает кооперацию как одну из универсальных конвенций общения, своего рода негласного правила коммуникации [4, с. 230]. Кооперативные стратегии представляют собой план действий, ориентированные «на достижение цели путем обоюдодоприемлемого взаимодействия» [5, с. 237]. Они противопоставляются деструктивным, или конфликтным, стратегиям и могут использоваться для осуществления кооперативных намерений (ситуация сотрудничества), для смягчения противостояния (ситуация конфликта), либо в коммуникации, целью которой не является воздействие (нейтральная ситуация) [5]. Стратегия кооперации предполагает наличие некоторого позитивного комплекса способов для ее реализации – тактик. Объектом данного исследования была выбрана кооперативная тактика согласия и ее репрезентация в вербальном и невербальном планах в диалогах коммуникантов равного статуса в обиходно-бытовых ситуациях.

Стоит также отметить, что Д. П. Гавра представляет коммуникативную стратегию как «схему коммуникативного поведения», которая наполняется комплексом вербальных и невербальных средств [6, с. 201]. Согласно данному определению материалом нашего исследования стали диалоги, отобранные из англо- и русскоязычных художественных фильмов, т.е. образцы кинодискурса. Под кинодискурсом понимается «связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом того или иного фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами», т.е. кинодискурс в целом и фильм в частности есть не что иное, как «креолизованное образование, обладающее свойствами целостности, связности, информативности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное коллективно дифференцированным автором для просмотра реципиентом сообщения (кинозрителем)» [7, с. 32]. Из данного определения следует, что особенно интересным для исследования проблем, связанных с теорией коммуникации, является соотношение вер-

бальной и невербальной составляющей при реализации стратегии кооперации различными коммуникативными тактиками. Нельзя оставлять без внимания и положение о том, что кинодискурс как один из типов дискурса всегда является национально специфичным и отражает речевые коммуникативные образцы носителя того или иного языка, создавая у зрителя ощущения реального разговора и тем самым транслируя код реальности и культурный реализм [8]. Так, особый интерес для исследователя данной проблематики представляют различия и сходства осуществления коммуникативных стратегий и тактик представителями различных лингвокультур, в нашем материале это британская и белорусская культуры.

С целью выявления коммуникативных тактик, используемых для реализации стратегии кооперации, были отобраны 59 диалогов на русском языке из 8 художественных фильмов белорусского производства и 57 диалогов на английском языке из 8 британских художественных фильмов. Все отобранные фильмы были номинантами престижных кинопремий Британской и Американской киноакадемий: участники кинофестивалей в Торонто, Каннах, лауреаты Республиканских фестивалей белорусских фильмов, призеры Минского международного кинофестиваля «Лістапад». Основным жанром всех фильмов была драма/мелодрама. Коммуникативная тактика согласия была выбрана в качестве объекта анализа, так как для исследуемой выборки данная тактика является наиболее продуктивной. Количество английских диалогов, реализующих кооперативную тактику согласия, составило 19, или 32 % от общего количества соответственно. Количество диалогов на русском языке, воплощающих данную тактику, составило 17, или 26 % от общего количества соответственно.

В целом тактику согласия зачастую рассматривают как способ речевого воплощения положительной реакции адресата на мнение или волеизъявление адресанта. Данная кооперативная тактика может также использоваться для контроля за процессом восприятия [9]. Некоторыми исследователями также выделяются различные приемы осуществления коммуникативной тактики согласия, например, абсолютное и частичное подтверждение точки зрения адресанта, повтор реплики одного из коммуникантов, констатация и допущение правоты, информирование (готовность реагировать на поставленный вопрос) и интерпретация реплики адресанта и т.п. [10].

При анализе диалогов были выявлены следующие сходства в реализации кооперативной тактики согласия языковыми средствами в двух языках.

1. Лексемы и конструкции с различными модальными значениями. Ср.:

Coming for dinner tonight.

Of course. Dear, that's all right, we'll do just what you say.

‘Ну, дай ему Бог. Все равно хороший мужик.’

‘Это точно’.

2. Реплики, в разной степени повторяющие реплику-стимул. Ср.:

Why are you crying?

Ну я побежал?

Don't you know?

Беги-беги.

Yes, I know.

В английском языке кооперативная тактика согласия может также актуализироваться следующими средствами:

- репликами с отнесенностью к плану будущего времени:

You know that?

Yes

And so does Carl, think about it, for all our sakes. It's Christmas.

*Thank you, certainly, excellent, **will do**;*

- краткими ответами-согласиями (зачастую в сочетании с лексемой *yes*):

It was silly of us to look in each qualities that we never possessed.

Yes. Yes, it was;

- конструкции с глаголами речемыслительной деятельности:

Honestly, I'd have been much happier playing golf at Sandwich.

I suppose you're right.

В диалогах на русском языке были выявлены следующие средства выражения тактики согласия, отличные от английского языка:

- междометия *ага*, *угу* и т.п.:

Мама, я тебя очень прошу не бери ничего у Клавдии Ивановны.

Ну она же моя сестра.

Мама, пожалуйста, не бери у нее ничего. Договорились?

Ага;

- конструкции с краткой формой прилагательного *согласен*:

Как мама?

Я думаю, вырастешь даже лучше будешь.

Лучше не бывает.

Согласен;

- конструкции с устойчивыми выражениями:

– *Хороша твоя дочка, чертовка. Твоя кровь!*

– ***Да, чего не отнимешь, того не отнимешь.***

Следует отметить, что наиболее частотными средствами актуализации данной тактики в диалогах на английском языке стали различные лексемы и конструкции с модальными значениями – 47 %. Процентная выраженность всех остальных вышеперечисленных средств реализации согласия колеблется в диапазоне 6–12 % (1–2 случая).

Зачастую в диалогах как на русском, так и на английском языке можно наблюдать сочетание всех выше перечисленных средств, а также их многократное использование на протяжении всего диалога обоими коммуникантами.

Наиболее рекуррентными средствами реализации согласия в русском языке стали реплики, повторяющие реплики-стимулы с различной степенью развернутости – 37 %, на втором месте по употребляемости находятся различные конструкции, выражающие то или иное модальное значение – 21 %. Остальные средства актуализации данной тактики являются менее частотными и варьируются в диапазоне 5–10 % (1–2 случая).

Таким образом, в английском и русском языках средства репрезентации кооперативной тактики согласия распределены неодинаково. Отметим, что диалоги, образцы кинематографического дискурса, не могут в полной мере ассоциироваться со спонтанной речью носителей языка, т.е. с реальным процессом коммуникации, а представляют собой имитацию живой речи. Несмотря на тот факт, что актеры действовали согласно заданным ролевым образам, на выбор определенных средств языкового воплощения тактики согласия также влияла кинематографическая традиция Республики Беларусь и Великобритании, что нашло отражение, например, в большей развернутости реплик на русском языке, а также в их полном соответствии языковой норме (не зарегистрировано случаев использования инвективной, ненормативной лексики). Проведенное исследование позволяет нам утверждать, все средства реализации стратегии кооперации на примере тактики согласия способствуют эффективной коммуникации информантов как на русском, так и на английском языке.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кашкин, В. Б.* Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие / В. Б. Кашкин. – 5-е изд., стер. – М. : Флинта : Наука, 2014. – 224 с.
2. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 2-е изд. – М. : УРСС, 2002. – 284 с.
3. *Максимов, В. И.* Русский язык и культура речи / В. И. Максимов. – М. : Гардарики, 2000. – 412 с.
4. *Грайс, Г. П.* Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – Вып. 16. – С. 217–283.
5. *Радюк, А. В.* Кооперативные коммуникативные стратегии и тактики как средства гармонизации английского делового дискурса / А. В. Радюк // Вестн. МГИМО. – 2013. – № 1 (28). – С. 236–240.
6. *Гавра, Д. П.* Основы теории коммуникации : учеб. пособие для бакалавров и специалистов / Д. П. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
7. *Зарецкая, А. Н.* Особенности реализации подтекста в кинодискурсе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. Н. Зарецкая. – Челябинск, 2010. – 180 с.
8. *Духовная, Т. В.* Структурные составляющие кинодискурса / Т. В. Духовная // Филологические науки. Вопросы теории и практики : в 2 ч. – 2015. – № 1 (43). – Ч. 1. – С. 64–66.
9. *Анохина, В. С.* Стратегии и тактики коммуникативного поведения в малой социальной группе (семье) / В. С. Анохина // Вестн. Ставропол. гос. ун-та. Филологические науки. – 2008. – № 56. – С. 64–71.

10. Горшкова, Е. И. Коммуникативные тактики согласия в интернет-коммуникации (на примере блогов) / Е. И. Горшкова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2012. – № 3 (32). – С. 107–112.

The article is devoted to the study of the linguistic peculiarities typical of the technique of agreement used by speakers following the strategy of cooperation. The research is based on the comparative analysis of the English and Russian cinematographic discourses.

Е. П. Маяк

Минск, МГЛУ

КОНАТИВНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ СТРАТЕГИЯ В МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ: КОНТРАСТИВНЫЙ АСПЕКТ

Анализируются речевые привычки авторов статей британских и российских журналов по скрытой конативно-ориентированной стратегии. Идентифицируется речевой портрет автора на основании автоматизированного и неосознаваемого выбора им речевых сигналов.

Проблема исследования речи авторов в последнее время становится центральной для многих наук, изучающих речь с учетом «человеческого фактора». Выбор говорящим оптимального варианта высказывания является одной из ведущих задач при реализации речевых действий и актуализации речевого поведения коммуникантов. Разделяют два вида выбора: продуманный, намеренный и неосознаваемый, автоматизированный [1, с. 26–27]. Именно наличие этих видов выбора стало отправной точкой для выделения двух направлений прагмалингвистического исследования: функциональной и скрытой прагмалингвистики. В скрытой прагмалингвистике автоматизированный выбор всегда остается неосознаваемым для участников общения. Они машинально актуализируют речевые единицы грамматических и текстуальных категорий. Когда речевое поведение индивидуума автоматизировано и немотивированно здесь и сейчас для самого отправителя текста, тогда можно говорить о его привычном действии, или о его речевой привычке.

Термин *привычка* заимствован из психологии, где он трактуется как модель действия, которая при неоднократном повторении становится автоматизированной и фиксированной [2]. Изначально *привычка* относилась только к двигательным и физическим процессам человека. Затем она стала включать в себя процессы восприятия (перцептивность), познания (когнитивность) и выражения эмоций (аффективность). В некоторых работах по языкознанию можно встретить понятие *языковая привычка*. Это «бессознательные индикаторы», которые относятся к важным чертам личности человека [3]. Для нашего исследования термин *речевая привычка* является более точным по сравнению с *языковая привычка*, поскольку любая привычка проявляется в действии ее носителя, т.е. речи, которая, по мысли