

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ
В СОВРЕМЕННЫХ НОН-ФИКШН БЕСТСЕЛЛЕРАХ**

Настоящая работа посвящена теме коммуникативных стратегий и тактик в современной литературе. Ее цель состоит в том, чтобы понять, как использование данных средств влияет на сознание читателя. Материалом для анализа послужили мировые бестселлеры «Магическая уборка» и «Искры радости» М. Кондо, «Уроки мадам Шик» и «Жить как мадам Шик» Дж. Л. Скотт.

Содержание данных книг включает истории автора, его наблюдения, своего рода нравоучения и даже советы, как правильно жить. Все это преподносится в шуточной форме. Отличительной чертой такого рода литературы является особая форма ее преподнесения читателю. И в этом авторам помогают коммуникативные стратегии и тактики.

В книгах авторства Дж. Л. Скотт и М. Кондо можно заметить следующие стратегии: стратегию сокращения коммуникативной дистанции, представленную тактикой апелляции к воображаемому собеседнику (*Но ведь оно доставляет вам радость, верно?*), тактикой имитации диалога (*Наилучший способ решить, что сохранить, а что выбросить, – взять каждый предмет в руки и спросить себя: «Вызывает ли это радость?»*) и тактикой интимизации (*Когда я росла, моей любимой формой досуга было чтение журналов для домохозяек о стиле жизни*); стратегию «мягкого советования», реализованную тактикой апелляции к авторитетам (*Некоторым вещам меня научила мадам Богема; Но я тут же представила неодобрительный взгляд мадам Шик и не смогла этого сделать*), тактикой ослабления обязательности советов (*Если, как и я, вы не относитесь к трудолюбивому, настойчивому типу людей, тогда я **рекомендую** сразу ставить себе целью совершенство*) и тактикой избегания очевидных выводов (*Вы же не хотите смазать лак, верно?*) и стратегию обеспечения высокого коммуникативного статуса собеседника (читателя), проявляющую себя в тактике понижения собственного коммуникативного статуса (*Будь я немного умнее, сообразила бы, что сосредоточенность исключительно на выбрасывании вещей может привести лишь к унынию*).

Проанализировав ряд коммуникативных стратегий и тактик в современных нон-фикшн бестселлерах, мы обнаружили, что наиболее распространенной стратегией, часто используемой в данных литературных произведениях, была стратегия «мягкого советования», показывающая наиболее предпочтительный вариант в той или иной ситуации, но ни в коем случае не навязанный автором, предлагающая читателю права выбора.

Таким образом, вышеизложенный материал подчеркивает тот факт, что коммуникативные стратегии и тактики являются дополнительной формой воздействия на сознание своей целевой аудитории. А правильное и умелое их использование улучшит связь, образовавшуюся между автором и читателем в процессе чтения.