

1. Анохина Т. О. Неологизмы в современных немецких интернет-ресурсах // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 691–695. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/96048.htm>.
2. Астапенко Е.В., Варзонин Ю.Н. Типология неологизмов в современных германских языках // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». № 3, 2018. С. 57-61.
3. Выбирая выражения. Esquire, № 24, 2014. [Электронный ресурс]. URL: <https://esquire.ru/archive/2196-coined-word/>
4. Мак-наци. Кто это? Электронный ресурс. URL: <https://appleinsider.ru/analysis/mak-naci-kto-eto.html>
5. Мокин И.В. Суффиксальное словопроизводство как продуктивный способ пополнения лексического состава современного шведского языка. [Электронный ресурс] // Автореферат дисс. на соискание ученой степени кандидата филологических наук. 10.02.04. Москва, 2011. 23 с. URL: <http://www.philol.msu.ru/~ref/avtoreferat2011/mokin.pdf>
6. Неологизмы в английском языке. Электронный ресурс URL: <http://www.study.ru/support/lib/neologisms1>
7. Оксфордский словарь. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oxforddictionaries.com>
8. Романенко О.В. Неологизмы немецкого языка в учебной литературе старшеклассников // Universum: Филология и искусствоведение : электрон. научн. журн. 2016. № 9(31). URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/3686> (дата обращения: 15.02.2018).
9. Словарь неологизмов. Неологизмы XXI века. [Электронный ресурс]. URL: <http://russkiyazyk.ru/leksika/slovar-neologizmov.html>
10. Шаховский В.И. Меняющаяся картина мира в динамике языка и речи // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкозн. 2015. № 1 (25). С. 7-20.
11. Urban Dictionary. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.urbandictionary.com>

К РЕЧЕЖАНРОВОМУ РАКУРСУ ИССЛЕДОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ ОБЩЕНИЯ

Л.Г. ВАСИЛЬЕВ

Калужский государственный университет имени К.Э. Циолковского, г.

Калуга

Е.В. ОЛЬШЕВСКИ

*Калужский государственный университет имени К.Э. Циолковского, г
Калуга*

Дается аналитический обзор современных работ, связанных с вопросами метода стратегий общения. Излагаются принципы, которые могут быть положены в основу классификации как стратегий, так и критериев их изучения. Обсуждаются особенности понятия тактика в рамках стратегического подхода.

Ключевые слова: стратегии; тактики; общение; конвенциональность; максимы; речевой жанр; коммуникативная цель; коммуникативное намерение,

ON THE SPEECH-GENRE PERSPECTIVE OF STUDYING COMMUNICATION STRATEGIES

L.G. VASILEV
E.V. OLSCHESKY

Modern approaches to the method of communication strategies are analyzed on the basis of principles to serve as the basis both for classifying strategies and for giving criteria of their studying. Details of the notion of a tactic in the strategy approach are discussed.

Keywords: strategies; tactics; conventionality; maxims; speech genre; communicative purpose; communicative intention.

Соотношение коммуникативных стратегий и тактик целесообразно описывать, имея в виду их конкретные разновидности. В числе ситуаций речевого общения существуют ситуации, хотя и предусматривающие партнера по общению, но одновременно отводящие ему пассивную или отсроченную либо весьма неопределенную (неперсонифицированную) роль.

К первому типу можно отнести, в числе многих прочих, общение социально неравностатусных партнеров или общение в режиме интервью, когда интервьюеру принадлежит безусловная коммуникативная инициатива (если не сказать: доминирование) и когда он выстраивает беседу так, чтобы представить интервьюируемого в положительном или, наоборот, отрицательном свете; при этом рассматривается в основном речевое поведение именно интервьюера. Ко второму типу относятся ситуации создания письменного текста, ориентированного на его последующее (спустя некоторое

время) прочтение вполне определенным адресатом. К третьему типу мы вслед за В.В. Богдановым [2] относим ситуации создания, например, научных трудов, когда адресатом является научная общественность или, скажем, пишем в редакцию в надежде на опубликование. Названная типология, тем самым, строится по принципу «возможность контактирования с адресатом».

Понятие стратегий и тактик связано с понятием конвенциональности дискурса, которая включает различные аспекты жизни общества: традиции, ценности, представления, обычаи и т.п., имеющие символическую природу и рекуррентный характер и определяющих специфику культуры [13, с. 205].

При общении и усвоении смыслов социального мира человек формирует собственные интерпретативные схемы, которые задают интенции и мнения, направляющие его действия. Одна и та же интенция может потенциально реализовываться в нескольких альтернативных интерпретационных схемах. Выбор одной из них для выполнения действия Дж. Делия именуется *стратегией* [20]. При этом разные люди обладают разными интерпретативными схемами, что усложняет процесс интеракции. Тогда участникам социального взаимодействия приходится координировать свои действия, имплицитно упорядочивая схемы [7, с. 20].

Тем не менее, такие стратегии вполне можно систематизировать, учитывая, что «постоянство определенного типа поведения дает возможность выявить его интенцию» [1, с. 85].

Выявление стратегий дает возможность представления речевых действий в виде имманентной системы, отвлеченной от конкретного контекста и включающей общие константы (автор, адресат, социальный мотив и др. – см.: [18]). Это позволяет, в свою очередь, решить более крупную задачу «формализации общих и специальных условий, которые делают речевое действие в интеракции однозначным» [17, с. 94]. Такие моменты чрезвычайно важны для идентификации и характеристики РЖ.

Стратегии не являются предельными феноменами, главенствующими в дискурсе. В.З. Демьянков в своем аналитическом обзоре отечественных и зарубежных концепций [9, с. 331–333] говорит о принципах конвенционального общения, которым *подчиняются* стратегии. Эти принципы следующие.

Принцип выразимости: все, что может иметься в виду, можно адекватно выразить.

Принцип ясности: когда говорящий произносит предложение, истинное только некоторую часть времени, в течение которого произносится, то имеет место презумпция, что адресат будет оценивать истинность высказывания относительно именно соответствующего отрезка времени.

Принцип правдивости и доверия: говорящие производят только те речевые акты, которые удовлетворяют условиям уместности в конкретной ситуации общения; слушающие всегда предполагают такую обязанность говорящих.

Принцип неточности выражения в контексте: когда это допускают обстоятельства, употребимы не обязательно самые точные способы выражения.

Принцип потенциальной выявимости оснований: высказывание должно давать адресату ту путеводную нить, которая позволяет выявить, какие именно доводы говорящий предполагает в распоряжении адресата думать именно данным образом.

Принцип оптимальности: говорящий всегда стремится минимизировать сложность поверхностной структуры своего высказывания и максимизировать тот объем информации, который может быть успешно сообщен адресату.

Договоренность о новом и старом: «данное» (в смысле осведомленности) в высказывании должно быть оформлена как тема, а новое – как рема, при обязательном учете знаний и интересов адресата.

Принцип выполнения взятых обязательств: если ничто не предполагает противного, следует ожидать выполнения обещаний и обязательств.

Принцип неконкретизированного времени: время действия или события, описываемого высказыванием, может быть не уточнено; тогда ожидается, что речь идет о ближайшем по возможности (в прошлом, будущем или настоящем).

Принцип эффективности: обычно избегают делать избыточные высказывания, однако при этом ведут себя так, как если бы сокращений в высказывании не было, и ожидают аналогичного от адресата.

Принцип временной ограниченности: если утверждение о том, что кто-то в состоянии совершить определенное действие, содержит уточнение времени, то обычно предполагается, что эта способность не существовала или была ограничена до указываемого момента времени.

Конвенция о выражении способности: если кто-то говорит о своей способности совершить некоторое конкретное действие, то должно ожидаться выполнение этого действия.

Конвенция о выражении желания: выражая желание, чтобы нечто произошло, говорящий обычно просит у адресата разрешения на это; однако такая интерпретация осмысленна только в том случае, когда просить разрешения относительно конкретного действия в данном обществе уместно.

Конвенция разрешения: когда кто-то просит разрешения на какое-то действие, то следует ожидать, что он это действие совершит, если разрешение будет дано.

Конвенция о высказывании намерения: если кто-то говорит о своем намерении сделать нечто, то следует ожидать, что он это сделает.

Принцип избыточности действия в общении: необходимо стремиться к избыточности высказывания; в частности, говорящего нельзя критиковать за то, в чем он уже покался.

Принцип идентифицирования: говорящий может гарантировать передачу конкретного факта тремя способами: (а) истинность предиката высказывания только для одного объекта; (б) остенсивное представление одного и только одного объекта; (в) сочетание указательных «индикаторов» и описательных словосочетаний, достаточных для идентификации одного и только одного объекта; если же выражение не отвечает ни одному из этих условий, то акт референции как компонент акта высказывания) может быть эффективным только если говорящий способен заменить его, по просьбе аудитории, на другое высказывание, отвечающее одному из названных трех условий.

Принцип буквальности: «сигнификация в замысле» не должна отличаться от «суппозиции», т. е. от контекстного значения высказывания.

Принцип сотрудничества: каждый собеседник должен делать в разговор тот вклад (в виде реплик), который требуется на конкретной стадии разговора, при конкретной общей для участников цели и направлении обмена репликами; иначе говоря, собеседники должны учитывать конврсационные нужды друг друга и стремиться к сотрудничеству

Наиболее известными в прагмалингвистике можно считать принципы общения, выделенными П. Грайсом (Принцип сотрудничества), Дж. Личем (Принцип вежливости), П. Браун и С. Левинсоном (Принцип сохранения лица).

Принятие на вооружение кантовского категориального квадрата позволяет П. Грайсу выделить:

(1) для категории количества – максимы (1а) оптимальной информативности и (1б) предельной информативности;

(2) для категории качества – супермаксиму истинности, разбивающуюся на максимы (2а) запрета на явную ложь и (2б) запрета на безосновательность утверждений;

(3) для категории отношения – максимум релевантности;

(4) для категории образа действия – супермаксиму ясности с максимами (4а) запрета на неясность выражения, (4б) запрета на неоднозначность, (4в) лаконичности, (4г) связности/последовательности.

В качестве отправных принципов Принципа Вежливости Дж. Лича послужили, по всей видимости, максимы П. Грайса с соответствующим переосмыслением их содержания. Принцип Вежливости включает в себя шесть максим, которые в совокупности можно интерпретировать как *конвенцию балансировки* (термин предложен в [4]): максима такта: минимизация неудобств и максимизация выгод для адресата; максима великодушия: минимизация выгод и максимизация неудобств для адресанта; максима одобрения: минимизация неодобрения и максимизация одобрения по отношению к адресату; максима скромности: минимизация само-похвалы и максимизация само-неодобрения; максима согласия: минимизация несогласия и максимизация согласия с адресатом; максима симпатии: минимизация антипатии и максимизация симпатии к адресату [23, с. 28].

Дж. Лич различает в понятии *вежливость* два аспекта: социально-нормативный (*courtesy*) и языковой (*politeness*), направленный как на поддержание этой нормы, так и за ее пределы. Последнее может быть доказано, например, тем, что, по Дж. Личу, понятие вежливости (социальной) несовместимо с группой конфликтных иллокуций, языковая же вежливость включает в свою сферу и конфликтные иллокутивные функции.

Принцип Вежливости разработан Дж. Личем для различных иллокутивных актов (а следовательно, в нашей трактовке – иллокутивных тактик в пределах РЖ) с учетом того, что некоторые иллокутивные акты ингерентно обладают позитивной или негативной вежливостью. Понятие негативной вежливости (обеспечения негативного лица – приватности) Дж. Лич связывает с директивами, а позитивной (обеспечение позитивного лица – принадлежности социальной группе) – с комиссивами (в классификации речевых актов Дж. Серля). По Дж. Личу, максимы такта и великодушия

характерны для комиссивов, максимы согласия и симпатии – для ассертивов, максимы похвалы и скромности – для экспрессивов и ассертивов (см. подробнее: [15, с. 68]).

Первостепенные принципы, выделенные Дж. Личем, включают помимо кооперации, вежливости, заинтересованности и принцип Поллианы (благоприятствования).

Принцип заинтересованности может, на наш взгляд, быть проинтерпретирован двояко – в отношении информационного и в отношении фатического аспектов общения. В первом отношении названный принцип относится (а) к правилам организации и оптимизации диалога и к (б) собственно содержанию (диалогическое общение развивается более динамично, если передаваемая информация представляет интерес для коммуникантов). Во втором отношении этот принцип предусматривает, что каждый из участников общения заинтересован в налаживании доброжелательных отношений с партнером.

Важным представляется и Принцип Поллианы, который существен для институционального общения, в т.ч., и для письменного. Принцип Поллианы требует, чтобы содержание речевого общения удовлетворяло критериям оптимистического настроения коммуникантов так, что даже не пришедшие к согласию или компромиссному решению стороны должны выразить надежду на разрешение конфликтной ситуации или спорного вопроса. Это важно для апеллятивного жанра, поскольку одной из прогностически возможных стратегий в нем может являться стремление (при возможном не вполне удовлетворяющем адресанта ответе), тем не менее, разрешить проблему если не предлагаемым в письме, то иным путем.

В числе трактовок конвенций общения следует упомянуть также весьма авторитетную концепцию *сохранения лица* П. Браун и С. Левинсона [19], восходящую к теории Э. Гофмана, который использовал концепт *face* («имидж», или «лицо»), характерный для китайской культуры [22, с. 9]. П.

Браун и С. Левинсон связывают *лицо* с такими понятиями как смущение, оскорбление, «потеря лица», «сохранение лица». Стратегии взаимодействия людей по взаимному поддержанию лица друг друга основаны на взаимной уязвимости лиц.

По мнению Е.М. Ручкиной [15, с. 72], термин «лицо» более соответствует понятию «face», чем термин «имидж» – имидж может ухудшаться или улучшаться, в то время как «лицо» можно *потерять* или *сохранить*. «Лицу» также можно угрожать – ср. термин *лицоугрожающий акт* (face-threatening act) П. Браун и С. Левинсона. В понятие «лица» вкладывается понятие *позитивной социальной ценности*, которой обладает каждый член общества. «Лицо» – это социальный образ, требуемый коммуникантами, который каждый член общества требует для себя. Он включает в себя два соотносящихся аспекта – *негативное* и *позитивное лицо*. «Позитивное лицо» отражается в желании нравиться, быть уважаемым и ценным членом общества; «негативное лицо» – в необходимости быть независимым, обладать свободой действий и не чувствовать посягательств на эту свободу (см: [7, с. 9]).

Согласно В.З. Демьянкову, «стратегии ведения разговора и построения дискурса позволяют использовать правила ведения разговора в той или иной мере эффективно, оставаясь в рамках принятых в данном социуме конвенций.<...> Собственно стратегии состоят в применении того или иного правила/принципа» [9, с. 335]. Автор предлагает следующую общую классификацию стратегий: (1) стратегии, использующие общие свойства коммуникации – как речевые, так и паралингвистические (например, культуремы); (2) стратегии чисто вербального общения. Последние включают в себя стратегии, использующие:

а) свойства динамики коммуникации («организация разговора»), например стратегии занятия инициативы в разговоре, введения в разговор рассказа, поправки и т.д.;

б) свойства единиц общения (знания семантического потенциала высказывания, т.е. возможностей употребить предложение в том или ином конкретном речевом акте), в том числе знание системы речевых актов и та или иная степень владения ею;

в) владение «техникой» проведения конкретных речевых актов, в случае институциональных видов общения;

г) техника «совершения» высказывания (где в качестве презумпции используются владение грамматикой, лексикой и другими языковыми средствами, знания о мире вещей, понятий, о внутренней логике процессов, а также набор ожиданий, общих для конкретной социальной группы): 1) владение навыками говорящего (сюда входят стратегии связной речи, называемые «дискурсными стратегиями»), стратегии выражения установок по отношению к тем или иным высказываниям, знаниям (техника выражения искренней веры в говоримое, техника выражения «отчужденности» или интериоризованности произносимого суждения, техника передачи чужой речи и т. д.); 2) владение навыками слушающего (умение поддакивать, возражать – вслух по ходу чужой речи или только по окончании ее) и т. д. [9, с. 336].

Являясь проявлением стереотипизации поведения социально релевантного для достижения коммуникативной цели, конвенциональность выражается в выборе текстовой модели жанра и коммуникативных актов, соответствующих представлениям о социальных ролях и статусах адресанта и потенциального адресата [7, с. 39].

Речевое общение, осуществляющееся преимущественно в форме РЖ, подчинено определенным закономерностям, и ориентировано на успешность планируемого перлокутивного эффекта и дальнейшего коммуникативного взаимодействия по реализации цели, которая в продуктивном общении является общей для коммуникантов. В диалогическом общении можно вести речь о стратегиях и тактиках порождения и понимания дискурса, в

монологическом – только порождения *или* только понимания (интерпретации или анализа).

В первом случае мы имеем дело с реализацией ряда целей в структуре общения, и с понятием оптимального достижения цели, т.е. адекватной, или «хорошей» стратегии, когда либо достигается максимальное количество целей, либо достижение каждой из них осуществляется, насколько это возможно, в соответствии с желаниями и предпочтениями автора дискурса [ван Дейк 1989: 272].

Во втором случае коммуникативная стратегия предстает как цепь решений говорящего, коммуникативных выборов тех или иных действий для достижения коммуникативной цели [12, с.134].

Стратегии понимания речевых сообщений были подробно изучены в исследованиях Т.А. ван Дейка. Он делает предположение о существовании общей системы контроля за организацией стратегий обработки текста. Такая система следит за процессами извлечения информации в виде сценариев и моделей из памяти, способами ее обработки, переводом из одного вида памяти в другой, выявлением макропропозиций и суперструктурных схем, уровнем релевантности анализируемой информации. Эта система обладает динамическим характером, который позволяет ей адаптироваться к происходящим процессам и управлять различными фазами обработки входящей и исходящей информации [14, с. 119-120].

Стратегии и схемы, являющиеся средством для быстрой и функциональной обработки информации, представляют собой основу процесса гипотетической интерпретации: для данных структур текста и прагматического контекста они обеспечивают быстрое выдвижение предположений относительно возможного значения высказывания и намерения говорящего. Если гипотезы, выдвинутые реципиентом, не подтверждаются, начинается поиск и выдвижение других гипотез. Если же дальнейшее повествование входит в противоречие с выдвинутой гипотезой,

происходит эффект обманутого ожидания, который, в свою очередь, ведет к блокировке мышления.

В соответствии с макроправилами, действующими в рамках макроструктуры, начинается формирование макропропозиций. При обработке поступающей информации реципиент делает предположения относительно ее содержательной стороны. При этом используются стратегии, которые в отличие от макроправил формируют не всю макроструктуру, а лишь некоторую ее часть. В процессе понимания происходит привлечение всей значимой для реципиента информации, включая текстовую и контекстуальную информацию, знания о мире. Происходит опущение тех пропозиций, которые не служат условиям интерпретации и зачастую находятся в пресуппозиции по отношению к другим пропозициям [14, с. 94].

Под коммуникативной речеванровой стратегией можно понимать, например, тип поведения автора апеллятивного РЖ (см.: [4; 16]), который находится в соответствии с глобальной и локальными целями РЖ; иначе говоря, цели можно рассматривать как критерии в выборе стратегий. В свою очередь, коммуникативная цель представляет собой когнитивный процесс, в котором говорящий соотносит свою коммуникативную цель с конкретным языковым выражением [24, с. 197].

Представляется уместным дополнить сказанное некоторыми соображениями методологического порядка. Согласно М.Л. Макарову, коммуникативные стратегии представляют собой синтагматические образцы организации дискурса, определяющие его открытие, продолжение и закрытие, когда коммуникант выбирает тот или иной ход. В анализе дискурса стратегия представляется как организация коммуникативных ходов в дискурсе, так как «каждое высказывание, как и их последовательность, выполняет множество функций и преследует множество целей, в связи с чем, говорящий отбирает языковые средства, которые оптимально соответствуют имеющимся целям» [13, с. 193] (см. также: [7, с. 49]). Такой подход позволяет установить

последовательность коммуникативных ходов, выражающую «градацию важности сообщаемой автором информации, схему логической организации дискурса, различение прогрессии и стагнации текста. Анализ формально-функциональной организации дискурса позволяет определить его степень ориентированности на адресата, функциональность коммуникативных ходов и их лексическую и грамматическую реализацию, а также выделить типы отношений, обеспечивающих смысловую связность дискурса» [7, с. 57].

Представляется, что подход М.Л. Макарова (вполне применимый в исследовательских целях) в методологическом отношении отражает лишь часть картины. Дело в том, что стратегии не ограничиваются реализационно-синтагматической ролью – они являются средством, не только направляющим, но и *задающим* в когнитивном процессе названную синтагматику и поэтому обладают не только синтагматической, но и парадигматической функцией. Синтагматическая функция в трактовке М.Л. Макарова акцентирует локально-когерентный аспект дискурса, оставляя в тени вопрос о глобальной когерентности, которая сопряжена с понятием глобальной или центральной цели. Так, в РЖ апеллятива центральной целью можно считать перлокутивный эффект принятия адресатом желательных для автора мер, локальной (средством) для этого уровня – перлокутивный эффект побуждения адресата к действиям [16].

Анализ конкретных дискурсов в рамках некоторых конкретных РЖ (жалобы, воззвания, проповеди и др.) позволяет – в духе подхода, предложенного М.Л. Макаровым – установить разнообразие синтагматики стратегий, которые будут характерны для каждой конкретной языковой личности в отдельности. В этом случае мы становимся на позиции идентификационно-описательного таксономического подхода (ср. подобный подобный подход в поздней теории генеративной семантики Дж. Лакоффа, который привел к отказу автора от идей этой парадигмы в связи с невозможностью исчерпывающей систематизации конкретно-языковых

данных – [10; 3. гл. 2]). Однако если принять идею о парадигмальности стратегий, то данное разнообразие вполне поддается систематизации по принципу разделения на *общее – особенное*, где общее задается как раз означенной парадигмальной целевой функцией.

Весьма четкая картина понятия *стратегия* в соотношении с соотносительными понятиями представлена в книге Е.В. Ключева [11]. По мнению автора, понятие коммуникативная стратегия предусматривает необходимость обращения и к другим понятиям – *коммуникативная цель, коммуникативное намерение, коммуникативная задача, коммуникативная интенция, коммуникативная тактика, коммуникативная перспектива, коммуникативный опыт и коммуникативная компетенция* [11, с. 10].

Под *стратегией* понимается совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели. Представление о способе объединения этих теоретических ходов в коммуникативную стратегию как в единое целое именуется коммуникативной *интенцией*, которая и является движущей силой коммуникативной стратегии.

Коммуникативная *цель* – стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт. Коммуникативный акт предусматривает не только коммуникативную цель, но и коммуникативную *перспективу*, рассматриваемую как возможность вызвать желаемые последствия в реальности.

Коммуникативная *компетенция* есть рабочий набор коммуникативных стратегий, присущих индивиду или группе индивидов.

Коммуникативная *тактика* – это совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия, т. е. тактика, в отличие от стратегии, прежде всего, соотнесена не с коммуникативной целью, а с набором коммуникативных намерений.

Коммуникативное *намерение (задача)* рассматривается в качестве тактического хода, являющегося практическим средством движения к соответствующей коммуникативной цели. Вся совокупность таких практических средств в процессе речевого взаимодействия создаёт коммуникативную тактику [11, с. 11].

Коммуникативный *опыт* трактуется как совокупность представлений об успешных и неуспешных коммуникативных тактиках, ведущих или не ведущих к реализации соответствующих коммуникативных стратегий [11, с.11–12].

Таким образом, используя коммуникативную компетенцию, говорящий ставит перед собой цель (определяя или не определяя коммуникативную перспективу) и, следуя определённой коммуникативной интенции, вырабатывает коммуникативную стратегию, которая преобразуется (или не преобразуется) в коммуникативную тактику как совокупность коммуникативных намерений (коммуникативных задач), пополняя коммуникативный опыт говорящего [11, с.12].

В целом, можно считать, что реализация стратегий речевого общения происходит при помощи тактик. При этом выделение тактик может осуществляться в опоре на разные принципы; обычно это принцип *целое (стратегия) :: часть (тактика)*. При этом отметим, что для дробления могут браться разные аспекты стратегий – например, иллокутивное содержание, пропозициональное содержание (если стратегия представлена в виде сценария) и т.п. Многие исследования ограничиваются интенциональным аспектом одностороннего (монологического) характера, без учета диалогически обусловленных (а) перлокутивного эффекта, (б) взаимодействия стратегий и (в) необходимой их корректировки, что характерно для интеракционного подхода. Иными словами, в монологическом подходе присутствует ингерентный для стратегий параметр планирования, а в диалогическом – он же плюс параметр контроля.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс 1989. - 616 с.
2. Богданов В.В. Текст и текстовое общение. С-Пб: С-Петербургск. гос. ун-т, 1993. - 68 с.
3. Васильев Л.Г. Развитие синтаксической семантики в американском языкознании: Дис. ... канд. филол. наук. Калинин: Калининск. гос. ун-т, 1983. - 191 с.
4. Васильев Л.Г., Черкасская Н.Н. Речевые стратегии и апеллятивный дискурс: Монография. Калуга: Калужский гос. ун-т, Удмуртский гос. ун-т, 2013. - 99 с.
5. Галимова З.Ф. Тактики комплимента и похвалы в конструировании «положительного образа» женщины-собеседницы (на материале ток-шоу): Дис. ... канд. филол. наук. Ижевск: Удмуртск. гос. ун-т, 2008. - 168 с.
6. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С. 217-237.
7. Громова В.М. Конструирование идентичности в интернет-дискурсе персональных объявлений: Дис. ... канд. филол. наук. Ижевск: Удмуртск. гос. ун-т, 2007. - 144 с.
8. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. - 174 с.
9. Демьянков В.З. Конвенции, правила и стратегии общения (интерпретирующий подход к аргументации) // Известия АН СССР. Сер. литературы и языка. 1982. Т. 41. № 4. С.327-337.
10. Звегинцев В.А. Зарубежная лингвистическая семантика последних десятилетий // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1981. Вып. 10. Лингвистическая семантика. С. 5–32.
11. Клюев Е. В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и вузов. М.: ПРИОР, 1998. - 224 с.
12. Кочетова Л. А. Коммуникативные стратегии в англоязычном рекламном дискурсе // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. Волгоград: Перемена, 2001. С. 133-141.
13. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. - 280 с.
14. Маркова Л.Ф. Когнитивная идентификация речевого жанра: Дис. ... канд. филол. наук. Краснодар: Южный институт менеджмента, 2003. - 149 с.
15. Ручкина Е.М. Лингво-аргументативные особенности стратегий вежливости в речевом конфликте (на материале педагогического дискурса): Дис. ... канд. филол. наук. Калуга: Калужск. гос. пед. ун-т, 2009. - 183 с.
16. Черкасская Н.Н. Стратегии и тактики в апеллятивном речевом жанре: Дис. ... канд. филол. наук. Ижевск: Удмуртск. гос. ун-т, 2009. - 200 с.
17. Beck G. Sprechacte und Sprechfunktionen. Tübingen: Niemeyer, 1980. - 266 p.

18. Beyer K. Sprechen und Situationen. Tübingen: Niemeyer, 1977. - 212 p.
19. Brown P, Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1987. - 345 p.
20. Delia J. G. The Constructivist Approach to Communication // J. G. Delia, B. J. Dance (Ed.) Human communication theory: Comparative essays. New York: Harper and Row, 1982. - P. 147-191.
21. Ehninger D. Influence, Belief, and Argument: An Introduction to Responsible Persuasion. Glenview, Illinois: Scott, Foresman and Co., 1974. 186 p.
22. Goffman E. The Neglected Situation // Language and Social Context: Selected reading / Ed. By P.P. Giglioli. Harmondsworth: Penguin, 1979. P.61-66.
23. Leech G.N. Principles of Pragmatics. London: Longman, 1983. 250 p.
24. Levy D. M. Communicative Goals and Strategies: Between Discourse and Syntax // Syntax and Semantics. N.Y.: Academic Press, 1979. Vol. 2: Discourse and Syntax. - P. 183-210.

И. П. СУСОВ: ЯЗЫКОВОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ФОРМА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И.В. ДОРОФЕЕВА

Тверской государственной университет, г. Тверь

В настоящее время наблюдается большое внимание ученых к проблемам общения и коммуникации. Деятельностный подход, которому уделялось большое внимание в работах И.П. Сусова, и на котором основана его теоретическая концепция, является основным фактором возникновения лингвистической прагматики. В статье указано, что И.П. Сусов придавал большое значение не только деятельностному подходу в лингвистике, но также и исследованию процессов коммуникации. Подчеркивается междисциплинарный характер понятия «коммуникация».

Ключевые слова: коммуникация, общение, деятельность, деятельностный подход, коммуникативно-прагматическая парадигма.

I. P. SUSOV: LINGUISTIC COMMUNICATION AS A FORM OF ACTIVITY

I. V. DOROFEEVA

Currently, there is a great attention of scientists to the problems of interactions and communication. The activity approach, which was paid much attention to in the works of I. P. Susov, is the main factor in the emergence of linguistic pragmatics. The article also indicates the great role of I. P. Susov in the study of communication processes. The interdisciplinary nature of the concept of "communication" is also emphasized. The article specially focuses on the activity approach which is the basis concept of I. P. Susov's researches.

Key words: communication, communication, activity, activity approach, communicative-pragmatic paradigm.