

ББК Ш115.  
УДК 81'42

*Ю. С. Корюков, Л. Н. Корнилова*  
*Y. Koryukov, L. Kornilova*  
*г. Челябинск, ЮУрГУ*  
*Chelyabinsk, SUSU*

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПИСЬМЕННОГО ТЕКСТА  
В «ПИСЬМАХ О ДОБРОМ И ПРЕКРАСНОМ» Д. С. ЛИХАЧЁВА  
COMMUNICATIVE STRATEGIES FOR THE WRITTEN TEXT  
IN «LETTERS ABOUT THE GOOD AND THE BEAUTIFUL»**

**Аннотация:** Статья посвящена рассмотрению коммуникативных стратегий и тактик, структурных, семантических и грамматических единиц, через которые реализуются эти стратегии и тактики. Также в исследовании представлена классификация коммуникативных стратегий. Статья будет полезна студентам филологам, журналистам и людям, желающим повысить эффективность коммуникации.

**Ключевые слова:** коммуникативные стратегии; коммуникативные тактики; стратегии самопрезентации; стратегии убеждения; информационно-интерпретационная стратегия.

**Abstract:** The article is devoted to the consideration of communicative strategies and tactics, structural, semantic, and grammatical units through which these strategies and tactics are implemented. The research also provides a classification of communicative strategies. This article will be useful for philology, journalism students and for people who want to improve the effectiveness of communication.

**Keywords:** communicative strategies; communicative tactics; self-presentation strategies; persuasion strategies; information, and interpretation strategy.

Активное употребление терминов «коммуникативные стратегии» и «коммуникативные тактики» началось в середине 80-х гг. прошлого века и стало отражением усиления коммуникативно-прагматического подхода к анализу языковых фактов. Стратегическое и тактическое прогнозирование своих высказываний (как в устной речи, так и в письменной) – осознаваемая для человека задача, которая особенно ярко выделяется в политическом, рекламном, педагогическом, психотерапевтическом и др. дискурсах. Коммуникативные стратегии и тактики могут применяться и в публицистических текстах.

Для детального рассмотрения нами было выбрано произведение известного филолога Дмитрия Сергеевича Лихачева «Письма о добром и прекрасном».

Актуальность темы состоит прежде всего в практической ценности знаний о коммуникативных стратегиях, которые позволяют более эффективно достигать поставленных коммуникативных целей. Работы Д. С. Лихачева никогда не потеряют своей актуальности, потому что он писал о вечных ценностях человечества: доброте, совести, честности и чести.

Объектом исследования являются языковые единицы, которые были использованы автором «Писем о...» для реализации коммуникативных стратегий.

Предметом исследования выступают структурные, семантические, грамматические особенности языковых единиц, с помощью которых автор осуществил коммуникативный замысел.

Цель настоящего исследования – выявление функциональных особенностей языковых единиц, реализующих коммуникативные стратегии автора публицистического текста (на примере «Писем о...»).

Согласно подходу О. С. Иссерса, коммуникативная стратегия – это «...комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей, который включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана».

Одной из самых точных и полных является классификация коммуникативных стратегий О. Н. Паршиной, поэтому в нашем исследовании мы будем опираться именно на эту классификацию, согласно которой выделяют 5 основных стратегий:

1) стратегии самопрезентации – создает положительное впечатление об адресанте и формирует доверие аудитории;

2) стратегии борьбы за власть: дискредитация, нападение, манипулятивная стратегия, стратегия самозащиты; целью является очернение образа противника в глазах наблюдателей или выведение оппонента из равновесия;

3) стратегии удержания: информационно-интерпретационная стратегия, стратегия формирования эмоционального настроения адресата; цель информационно-интерпретационной стратегии – воздействие на общество, осуществляемое через подачу информации и ее интерпретацию;

4) стратегии убеждения: аргументативная стратегия, агитационная стратегия. Цель – при помощи вербальных и невербальных средств убедить адресата в чем-либо при помощи аргументов или побуждения;

5) общие (неспециализированные) тактики.

В «Письмах о...» Д. С. Лихачёв применяет стратегию самопрезентации с целью расположить к себе читателя, получить его доверие. Так, в «Письмах к молодым читателям» Д. С. Лихачев обращается к тактике солидаризации, акцентируя внимание на том, что представляет адресата другом:

*В читателях моих писем я представляю себе друзей. Письма к друзьям позволяют мне писать просто.*

Данный метод позволяет автору установить контакт с читателем прямо в начале текста, а также создать ощущение общности взглядов. Использование тактики солидаризации способствует также получению большего авторитета в глазах адресата, потому что друг – это человек, которому мы склонны доверять, который даст полезный совет, это человек, к мнению которого гораздо легче прислушаться.

В монологической речи публицистическому и научному дискурсу свойственна стратегия аргументации. Этот метод использует и Д. С. Лихачев. Так, в первом письме автор прибегает к тактике «указание на перспективу»:

*Если же стремиться в науке к «мелким» целям – к доказательству «силой», вопреки фактам, к «интересности» выводов, к их эффективности или к любым формам самопродвижения, то ученый неизбежно терпит крах. Может быть, не сразу, но в конечном счете! Когда начинаются преувеличения полученных результатов исследования или даже мелкие подтасовки фактов и научная истина оттесняется на второй план, наука перестает существовать, и сам ученый рано или поздно перестает быть ученым.*

Использование коммуникативной тактики «указание на перспективу» позволяет убедить читателя в ошибочности обозначенной позиции и исключить все сомнения относительно установки Д. С. Лихачева, выражающейся во фрагментах:

*Общее правило: блюсти большое в малом – нужно, в частности, и в науке. Соблюдать большое надо во всем решительно.*

Отдельно следует выделить агитационную стратегию. Д. С. Лихачев использует ее для побуждения читателя к определённым действиям. Так, во втором письме автор использует формы повелительного наклонения глаголов «беречь», «ценить», и «растрачивать»:

*Поэтому берегите молодость до глубокой старости.  
Цените все хорошее, что приобрели в молодые годы...  
...не растрачивайте богатств молодости.*

В четырнадцатом письме употребляются формы глаголов «помнить», «бояться»:

*Влияния бывают и хорошие, и плохие. Помните об этом.  
Бойтесь безотчетных влияний...*

В пятнадцатом письме Д. С. Лихачев обращается к повелительному наклонению глаголов «писать» и «вести»:

*Поэтому пишите письма друзьям...  
...пишите воспоминания...  
...ведите дневник...*

Д. С. Лихачев использует информационно-интерпретационную стратегию, тактику указания на пути решения проблемы. Так, в пятнадцатом письме автор

обозначает тему борьбы с завистью. Это отражено в названии главы («Про зависть») и в данной цитате:

*Ужасное чувство, от которого страдает прежде всего тот, кто завидует.*

Путь решения проблемы Д. С. Лихачев указывает в следующем фрагменте (подчеркнут в тексте):

*Теперь вы поймете, как избавиться от крайне болезненного чувства зависти: развивайте в себе свои собственные индивидуальные склонности, свою собственную неповторимость в окружающем вас мире, будьте самим собой, и вы никогда не будете завидовать.*

Тактика указания на пути решения проблемы, как правило, предполагает наличие двух частей. В первой части автор предлагает читателю осуществить действие или набор действий, направленных на решение обозначенной проблемы. Могут быть использованы глаголы в повелительном наклонении («развивайте»), или составные глагольные сказуемые с модальными лексемами «должен», «надо» и их отрицательные формы. Во второй части автор описывает результат применения названных им мер.

В публицистическом тексте применение аргументативной коммуникативной стратегии является наиболее эффективным с точки зрения обоснования своей позиции и убеждения адресата, и Д. С. Лихачев чаще всего прибегает к данному методу в «Письмах о добром и прекрасном». Эту коммуникативную стратегию реализуют антонимичные единицы (как узуальные, так и окказиональные), формирующие антитезу, а также оценочные выражения, дающие категоричную оценку результату.

Для убеждения в правоте высказывания эффективной оказывается агитационная стратегия, выражающаяся глаголами в форме повелительного наклонения, а также стратегия самопрезентации (тактики отождествления и солидаризации), которая получила репрезентацию в афоризмах, цитировании прецедентных текстов, а также в речевых формах установления контакта (обращение к адресату по имени или как к другу).

### **Библиографический список**

1. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : КомКнига / URSS, 2006. – 288 с.
2. Лихачев, Д. С. Письма о добром и прекрасном / Д. С. Лихачев. – М. : Альпина Паблишер, 2021. – 288 с.
3. Паршина, О. Н. Российская политическая речь: теория и практика / О. Н. Паршина. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 232 с.
4. Янко, Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи / Т. Е. Янко. – М., 2001.