

Шилова Елена Сергеевна

**КЛАССИФИКАЦИЯ РЕЧЕВЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБЩЕНИЯ**

Данная статья рассматривает речевые стратегии и тактики в социальных сетях профессионально ориентированного общения. Статья подготовлена на основе практического материала, отобранного из следующих социальных сетей: LinkedIn, Youthonline, Nsportal. В работе представлена авторская классификация таких речевых стратегий, как информационно-новостная, субъективно-кооперативная, объективно-кооперативная, стратегия аргументирования и дискуссионная речевая стратегия.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/2-2/45.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 2(56): в 2-х ч. Ч. 2. С. 160-164. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/2-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Список литературы

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс: вступ. статья // Теория метафоры. М., 1990. С. 5-32.
2. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Знаковые функции вещных сущностей // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность: сб. статей / Институт русского языка Российской академии наук. М., 1995. С. 80-90.
3. Библия. Книги Священного Писания. Синодальный перевод. Хельсинки, 1991. 292 с.
4. Глазунова О. И. Логика метафорических преобразований [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Glaz/ (дата обращения: 04.12.2015).
5. Молчанова А. Н. О словах-символах в английской фразеологии // Сборник научных трудов Московского государственного педагогического института иностранных языков им. М. Тореза. 1980. Вып. 168. С. 186-204.
6. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд-е, доп. М.: Азбуковник, 1999. 994 с.
7. Хостай И. С. Системно-функциональные характеристики фразеологических единиц библейского происхождения в английском языке: дисс. ... к. филол. н. М., 1997. 255 с.
8. Bulgarian Bible Drama 1940 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bible.is> (дата обращения: 26.10.2015).
9. Croatian Bible Drama [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bible.is> (дата обращения: 26.10.2015).
10. The Holy Bible. The Authorized (King James) Version. N. Y., 1961. 1108 p.

**THE INTERNATIONAL CHARACTER OF BIBLICAL SYMBOLS IN THE PHRASEOLOGICAL UNITS
OF THE ENGLISH, RUSSIAN, BULGARIAN AND CROATIAN LANGUAGES**

Khostai Irina Sergeevna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky
irinakhost@gmail.com

The article sets the objective to examine how the Biblical color symbolism in the structure of phraseological units on the basis of Slavonic and German groups is presented. The study allows revealing a number of general (the figurative character of associations) and distinctive (for example, various range of connotations) features peculiar to these phraseological units and making the conclusion about the international character of the Biblical color symbolism.

Key words and phrases: symbol; Biblical symbolism; phraseological units; symbolic associations; color symbolism; image associations; international character of symbols.

УДК 81-119

Данная статья рассматривает речевые стратегии и тактики в социальных сетях профессионально ориентированного общения. Статья подготовлена на основе практического материала, отобранного из следующих социальных сетей: LinkedIn, Youtonline, Nportal. В работе представлена авторская классификация таких речевых стратегий, как информационно-новостная, субъективно-кооперативная, объективно-кооперативная, стратегия аргументирования и дискуссионная речевая стратегия.

Ключевые слова и фразы: профессионально ориентированное общение; речевые стратегии; речевые тактики; информационные социальные сети; самопрезентация; социальные сети образовательной направленности; виртуальный дискурс.

Шилова Елена Сергеевна

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
alencarostov@gmail.com

**КЛАССИФИКАЦИЯ РЕЧЕВЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБЩЕНИЯ**

Термины «стратегии» и «тактики» актуальны для множества дисциплин различных направлений. Они активно применяются в политологии, психологии, философии. Также к ним обращаются в военном деле, при создании концепций для бизнеса и рекламы, в частности, в сфере современной лингвистики.

С одной стороны, стратегия рассматривается в виде методичных последовательных коммуникативных выборов речевых приемов и средств языка. С другой стороны, лингвисты представляют стратегию как совокупность возможных способов осуществления целей в структуре коммуникации.

М. Л. Макаров утверждает, что, объединив эти взгляды, мы можем наиболее ясно раскрывать сущность естественной языковой коммуникации и ее структуру. Каждое изречение сторон коммуникативного акта выполняет дифференциальные роли и определяет многообразие целей, в связи с этим говорящий делает свой отбор языковых средств, выбирая наилучшие для той или иной ситуации и соответствующие поставленным целям [4].

При этом тактики определяются как локальные линии и приемы речевого поведения. Соответственно, коммуникативная стратегия обладает гибкостью и динамикой. В процессе общения в зависимости от ситуации она корректируется и пересматривается в соответствии с контекстом дискурса [1, с. 153-211].

В данной статье мы рассматриваем речевые стратегии и тактики виртуального дискурса на примере социальных сетей профессионально ориентированного общения.

Актуальность исследования заключается в том, что на основе речевых высказываний из социальных сетей *LinkedIn*, *Youthonline*, *Nsportal* мы составили собственную классификацию речевых стратегий.

Проведенное нами исследование позволило определить специфику реализации следующих речевых стратегий: аксиологической, информационно-новостной, стратегии агриментирования, объективно-комперативной стратегии, субъективно-комперативной стратегии, а также дискуссионной.

Мы считаем, что в социальных сетях профессионально ориентированного общения доминантной речевой стратегией является аксиологическая речевая стратегия, а именно ее подтип – «самопрезентация». Стратегия самопрезентации является важной для коммуникации в социальных сетях. Р. Баумейстер и А. Стейнхилбер определяют понятие самопрезентации как неконтролируемый сознанием процесс, который определяет социальную сущность людей, их потребность в признании другими людьми [7, p. 85]. Заметим, что в отличие от реализации данной стратегии в социальных сетях лично ориентированного общения она применяется для самовыражения не своих личных качеств и достоинств, а для репрезентации своего профессионального опыта, знаний и умений:

1. Участник *LinkedIn* – Steven Lantz

Industrial Machinery & Facilities Maintenance Mechanic – Machinist – Tool Maker – Welder – Designer – Supervisor

Ontario, Canada

Сейчас: Contractor – Self Employed

Ранее: – CESS (Complete Entry Systems & Services) & Portamatic Inc.,

– Renewable Energy,

– Spectra-Nova Technologies Inc.

Образование: Humber College [9].

Участник *LinkedIn* – Стивен Ланц

Промышленное оборудование и средства технического обслуживания Механик – Машианист – Инструментальщик – Сварщик – Дизайнер – Руководитель

Онтарио, Канада

Сейчас: Конструктор, фрилансер

Ранее: – Завершенные вводные системы и обслуживание, Компания Portamatic

– Возобновляемая энергетика,

– Технологическая компания Spectra-Nova Technologies.

Образование: Гамбургский Университет (перевод автора статьи – Е. Ш.).

Как видно из процитированных фрагментов, языковыми средствами отображения стратегии самопрезентации являются существительные, обозначающие сферу деятельности, например: Machinist – Tool Maker – Welder – Designer – Supervisor (Машинист – Инструментальщик – Сварщик – Дизайнер – Руководитель) и т.д.

Отметим, что реализация стратегии самопрезентации в качестве подтипа аксиологической речевой стратегии осуществляется с помощью тактик демонстрации компетентности, демонстрации осведомленности и демонстрации своих знаний и умений в определенной профессиональной сфере деятельности.

Еще одним подтипом аксиологической речевой стратегии является стратегия персонификации, которая обеспечивается различными тактиками манипулятивного воздействия. Однако данный подтип эффективно реализуется в рамках социальных сетей лично ориентированного общения.

В своем исследовании мы также проанализировали речевые стратегии профессионально ориентированной сети информационной направленности.

Информационные социальные сети представляют собой сообщество людей, которые находятся в поиске решения своих повседневных проблем. Информация в сетях данного типа организована в виде советов, новостей. Советы и новости конструируются экспертами и профессионалами в определенной тематике. Соответственно, доминантной речевой стратегией является информационно-новостная стратегия, реализующаяся чаще всего посредством тактики «совет».

Пример реализации информационно-новостной стратегии с помощью тактики «совет» можно увидеть в приведенном ниже фрагменте статьи:

*Для сохранения права на пособие по безработице молодому человеку **нужно** подавать заявление на учебу как в весенний период подачи заявлений, так и в осенний. Молодой человек без профессионального образования в возрасте моложе 25 лет, который не оставил заявления в подходящее ему профессиональное учебное заведение, теряет право на пособие по безработице.*

*Закончившему основную школу **нужно** подавать заявление на место в по меньшей мере 3 профессиональных заведения учебных заведения второй ступени или в гимназию. Также сдавшим заключительный экзамен в гимназии **нужно** подавать заявление на место в по меньшей мере 3 профессиональных заведения учебных заведения или на профессиональные курсы, чтобы не утратить права на пособие по безработице [5].*

Языковые средства выражения данной тактики представляют собой косвенное побуждение, выражающееся конструкцией со словом *нужно*. Отмечается также обильное использование глаголов в начальной форме и конструкций с существительным в винительном или родительном падеже.

Информационно-новостная стратегия также может реализовываться через тактику «обмен профессиональными новостями»:

The Innovative Decade and the Path Forward

May 1, 2015 marks the 10 year anniversary of Lenovo's acquisition of IBM PCs, and I was asked to write about my reflections on the past decade – a decade of innovation for Lenovo.

Time flies, and a lot comes to my mind when I try to look back. For the Think brand specifically, Lenovo has worked hard to not only maintain the Think brand image but also enhance it, and we just sold the 100 millionth ThinkPad ("ThinkEve") three months ago...

And to that end we will keep innovating. Now the last innovative decade is behind us, and we are ready to embark on a new journey. Join us at Lenovo Tech World in Beijing on May 28 to see some of our latest ideas come to life!

*This was first published April 30 at <http://blog.lenovo.com/en/blog/yuanqing-yang-decade-of-innovation/>
Follow me on Twitter @Yuanqing_Lenovo [10].*

«Инновационное десятилетие и Путь Вперед»

1 мая 2015 отмечается 10-летний юбилей приобретения Lenovo IBM PC, и меня попросили написать о своих размышлениях о прошедшем десятилетии – десятилетии инноваций для Lenovo.

Время летит, и много приходит на ум, когда я пытаюсь оглянуться назад. Для бренда Think в частности, компания Lenovo упорно трудилась, чтобы не только сохранить имидж бренда, но и повысить его, и мы только что продали 100-миллионный ThinkPad ("ThinkEve") три месяца назад...

И с этой целью мы будем продолжать развивать инновационные проекты. Теперь прошлое инновационное десятилетие позади, и мы готовы приступить к новым разработкам. Присоединяйтесь к нам в Lenovo Tech мира в Пекине 28 мая, чтобы увидеть, как некоторые из наших последних идей оживают!

Это было впервые опубликовано 30 апреля в <http://blog.lenovo.com/en/blog/yuanqing-yang-decade-of-innovation/>

Follow me on Twitter @Yuanqing_Lenovo... (перевод автора статьи – Е. Ш.).

В профессионально ориентированных социальных сетях образовательной направленности реализуется речевая стратегия аргументирования. Данная стратегия осуществляется посредством речевых тактик благодарности за изложение проблемы, значимой для общества, и тактики положительной оценки изложенной информации:

Рисование ОСЕНЬ Опубликовано 22.10.2015 – 6:42 – Курганова Екатерина Борисовна

Опубликовано 22.10.2015 – 22:59 – Воронай Елена Ивановна

Прекрасная идея! Как раз засушила много листьев разных. Сейчас же займусь, попробую сделать панно. Спасибо!

Опубликовано 25.10.2015 – 0:55 – Золотова Евгения Владимировна

Какое оригинальное решение! Очень красиво и необычно! Возьму на заметку.

Опубликовано 02.11.2015 – 18:30 – Елисеева Татьяна Николаевна

Так здорово, КРЕАТИВ! А главное хочется быстрее самой бежать за листьями и разводить краски! Как сказали бы дети – СУУУПЕР!

Опубликовано 14.11.2015 – 20:37 – Сёмина Вера Викторовна

Необычные осенние листочки! Очень красиво!

Опубликовано 14.11.2015 – 23:08 – Межлумова Римма Аббасовна

Вот это да! Красота! Такого до сих пор не видела, пересмотрела всё раз 5. Прямо глазам не верится, что это обыкновенные листики! Вот это полёт фантазии! Мастеру 10+!

Опубликовано 14.11.2015 – 23:32 – Шуткова Татьяна Михайловна

Такая красота! Смотрится великолепно, красочно, необычно! Вроде бы обыкновенные сухие листья, автор проявила выдумку и находчивость, креативность, молодец! Возьму на заметку, спасибо за идею [6]!

Следует отметить, что в ответных репликах даются положительные характеристики, выраженные прилагательными, оценивающими материал, эмоционально излагая собственное мнение: *Прекрасная идея! Какое оригинальное решение! Такая красота! Вот это полёт фантазии! и т.д.*

Положительные эмоции также выражаются с помощью использования восклицательных знаков.

Лингвистический анализ сетей профессионально ориентированного общения показал использование таких стратегий, как объективно-кооперативная и субъективно-кооперативная. Первая стратегия в своей основе содержит сравнение с общеизвестными фактами при отсутствии субъективной оценки информации, изложенной в сообщении, также нет прямого выражения несогласия или согласия. Применяя второй вид стратегии, собеседник пытается суммировать и сравнить содержание информации со своей субъективной позиции. Для выражения несогласия чаще всего применяются: прилагательные с негативной семантикой, переспросы, ставящие под сомнение речевое высказывание автора, отрицательные сравнительные обороты. Отметим, что данные стратегии реализуются с помощью речевой тактики «комментирование». Приведем пример объективно-кооперативной речевой стратегии:

Mary Vanina

Согласно ст. 1 Воздушного кодекса РФ под воздушным пространством Российской Федерации понимается воздушное пространство над территорией Российской Федерации, в том числе воздушное пространство над внутренними водами и территориальным морем. То есть воздушное пространство в России начинается непосредственно над почвой.

opio

Позвоните в Главный центр да и узнайте всё 8(499)601-07-77. Опять же такой сайт хороший для вас сделали ivprf.ru [2].

В качестве примера объективно-кооперативного изложения отношения к обсуждаемой теме репликанты могут цитировать авторитетные источники информации, законы, правила или даже просто сообщить, где можно подробнее ознакомиться с интересующей вас тематикой.

В следующем примере коммуниканты используют субъективно-кооперативную стратегию, обсуждая информацию, изложенную в статье «Кому в России нужен *LinkedIn*». Данная стратегия достигается за счет описания собственного опыта, и, резюмируя свое высказывание, авторы сообщения высказывают свое мнение по обсуждаемому вопросу.

Языковые средства выражения данной стратегии отражаются через использование глаголов в первом лице «пользуюсь», «добавляю», «публикую» и т.д.:

Анатолий Рыбин (пользователь сети LinkedIn)

Пользуюсь для поиска потенциальных партнеров и налаживания связей. Добавляю людей, подтверждаю знакомым их навыки, обновляю информацию о себе и публикую новости об изменениях внутри нашей большой компании.

Из результатов: маленькая оптовая покупка потенциальным будущим партнером в сфере корпоративных подарков; поиск нужных контактов ответственных за закупку товара лиц в различных торговых сетях [3].

Проводя анализ профессионально-деловых социальных сетей, мы считаем важным отметить дискуссионную речевую стратегию, которая реализуется посредством речевой тактики «аргументирования» вследствие того, что аргументирование является «инструментом», позволяющим индивиду эффективно общаться в социальных сетях и в обществе в целом.

В основу используемых аргументов в процессе коммуникации могут лечь дифференцированные методы воздействия посредством исходных данных в виде тезисов, которые представляют собой позицию (мнение, взгляд), которая внушается собеседнику. При помощи аргументов коммуникант подкрепляет верность и необходимость принятия тезиса для реципиента. Восприятие аргумента обуславливается его рациональностью и адекватностью в условиях объективной реальности.

Далее представим иллюстративно речевую тактику «аргументирования»:

18 Habits of Extraordinary Leaders and High Achievers

17 мая 2015 г.

This article is meant to give you practical tools, so you can read it and immediately implement at least one habit to improve your professional life. I know it's a little longer than my others, so grab a cup of coffee or tea and let's explore each habit together:

1. Get Up Early.

This one I learnt from leadership guru and bestselling author of 'The Leader Who Had No Title' Robin Sharma (which is a great book by the way). I'm a morning person anyway so I like this habit. Start waking up earlier and carve out a 'power hour' early in the morning before the insanity of the day begins and see how much you accomplish. We all have 24-hours in the day. What you need isn't more time, you just need to use it more efficiently.

2. Set BHAG Goals.

For years people have been teaching us to set SMART goals. I'm telling you to put those aside and set some BHAG ones! Big Hairy Audacious Goals. Goals that challenge your logic and force you and your organization to grow just to achieve them.

Set Big Hairy Audacious Goals that have deep meaning and inspire you to the very core of your being. ~ Narges Nirumvala

3. Organize and Prioritize.

This should happen in your 'power hour'. Think about what you need to accomplish and then prioritize from most important to least important. Finally decide what you can delegate and what you must do yourself. Without priorities you cannot be a high achiever.

Can you think of an important habit I haven't included? Do you agree or disagree with the habits I've chosen? Have you read a great book that changed your life? Share it with me in the comments below!

© 2015 Narges Nirumvala [8].

18 привычек необычных лидеров и великих достигателей.

17 мая 2015 г.

Эта статья предназначена, чтобы дать вам практические инструменты, так что вы можете прочитать ее и незамедлительно завести, по крайней мере, одну привычку, чтобы улучшить свою профессиональную жизнь. Я знаю, что это немного больше, чем отмечают другие, так что берите чашку кофе или чая и давайте исследовать каждую привычку вместе:

1. Вставать рано.

Вот что я узнала от автора бестселлера «Лидер, без имени» Робина Шарма (которая кстати является замечательной книгой). Я жаворонок, и, в любом случае, мне нравится эта привычка. Начните просыпаться раньше и использовать «мощный час» рано утром до начала безумного дня и посмотрите, сколько вы выполняете. У всех нас есть 24 часа в сутках. Что вам нужно, это не больше времени, вам просто нужно использовать его более эффективно.

2. Установить грандиозные цели.

В течение многих лет люди учили нас, как установить УМНЫЕ цели. Я говорю вам, отложите их в сторону и установите некоторые из самых грандиозных! Цели, которые бросают вызов вашей логике и заставляют вас и вашу организацию расти для их достижения.

Установите цели, которые имеют глубокий смысл и вдохновляют вас до самой сердцевины вашего существа. ~ Narges Nirumvala

3. Организация и приоритеты.

Это должно произойти в ваш «мощный час». Подумайте о том, что вам нужно сделать и что наиболее важно, а что менее. Наконец решите, что вы можете делегировать и что вы должны сделать сами. Без приоритетов нельзя преуспеть.

Привычки имеют основополагающее значение для успеха любого человека, но по какой-то причине они кажутся «слишком малы и тривиальны», чтобы уделять им серьезное внимание. Это, наверное, потому, что они не внушают огромного эмоционального отклика. Я надеюсь, что эта статья в какой-то степени поможет вам измениться.

Вы согласны или не согласны с привычками, которые я выбрала? Читали ли вы грандиозную книгу, которая изменила вашу жизнь? Поделитесь со мной в комментариях ниже!

Может быть, вы можете назвать привычку, которую я не отметила.

Согласны вы или нет с теми привычками, которые я перечислила? Прочли ли вы замечательную книгу, которая изменила вашу жизнь? Поделитесь со мной вашими размышлениями.

© 2015 Narges Nirumvala. (Перевод автора статьи – Е. Ш.).

В качестве языковых средств выражения процесса аргументации автор Narges Nirumvala использует: цитаты известных людей (John C. Maxwell, Robin Sharma); дает собственное заключение по изложенной тематике, активно применяя личные местоимения; фокусирует внимание собеседников на ключевых словах посредством написания их заглавными буквами (FEEL LIKE, SMART GOALS, EVERYTHING, OPTIMISM).

Также аргументация осуществляется логическим образом, каждое положение нумеруется и имеет непосредственную связь с тезисом.

В результате исследования речевых высказываний из социальных сетей профессионально ориентированного общения удалось установить, что информационно-новостная речевая стратегия репрезентуется с помощью косвенного побуждения, использования глаголов в начальной форме и конструкций с существительным в винительном или родительном падеже. Субъективно-кооперативная речевая стратегия реализуется за счет использования глаголов в первом лице. Применяя объективно-кооперативную стратегию, коммуниканты сравнивают обсуждаемую информацию с общеизвестными фактами при отсутствии субъективной оценки. Стратегия аргументирования позволяет выразить положительные характеристики с помощью эмоционально-оценочных прилагательных. Дискусивная речевая стратегия отображается при помощи аргументов, которыми коммуникант подкрепляет верность и необходимость принятия тезиса для реципиента.

Список литературы

1. Дейк Т. А. ван, Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1988. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. С. 153-211.
2. **Законы: Почему в России нельзя доставлять пиццу дронами** [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/p/fly-copter-fly> (дата обращения: 08.12.2015).
3. **Кому в России нужен LinkedIn** [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/p/linkedin-russia> (дата обращения: 08.12.2015).
4. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
5. **Образование** [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.youthonline.fi/образование/> (дата обращения: 08.12.2015).
6. **Рисование «Осень»** [Электронный ресурс]. URL: <http://nsportal.ru/blog/detskii-sad/all/2015/10/22/risovanie-osen> (дата обращения: 08.12.2015).
7. **Baumeister R. F., Steinhilber A. Paradoxical Effects of Supportive Audiences on Performance** // Journal of Personality and Social Psychology. 1984. P. 85-93.
8. **18 Habits of Extraordinary Leaders and High Achievers** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/18-habits-extraordinary-leaders-high-achievers-narges-nirumvala> (дата обращения: 08.12.2015).
9. **Profile of Participant of LinkedIn** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.linkedin.com/in/steven-lantz-1198bb6b/ru> (дата обращения: 08.12.2015).
10. **The Innovative Decade and the Path Forward** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/innovative-decade-path-forward-yuanqing-yang> (дата обращения: 08.12.2015).

THE CLASSIFICATION OF SPEECH STRATEGIES AND TACTICS IN SOCIAL NETWORKS OF PROFESSIONALLY-ORIENTED COMMUNICATION

Shilova Elena Sergeevna

Rostov State University of Economics

alengarostov@gmail.com

The article examines the speech strategies and tactics in social networks of professionally oriented communication. The paper is prepared on the basis of practical material, selected from the following social networks: LinkedIn, Youthonline, Nsportal. The author's classification of such speech strategies as information-news, subjective-comparative, objective-comparative, the strategy of agreement and discussion speech strategy is presented in the work.

Key words and phrases: professionally oriented communication; speech strategies; speech tactics; information social networks; self-presentation; social networks of educational direction; virtual discourse.