

УДК 821.11

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В МЕДИЦИНСКОМ ДИСКУРСЕ

П. И. АСТАПОВИЧ

(Представлено: канд. пед. наук М. М. СИРОТКИНА)

Рассмотрены понятия коммуникативной стратегии и тактики. Проведен анализ двух статей для выявления использованных в них коммуникативных стратегий и тактик. Проанализированы особенности и специфика использования найденных стратегий и тактик с приведенными примерами из статей.

Коммуникативные стратегии и тактики играют важную роль в формировании и восприятии информации, в частности в медицинском дискурсе. Медицинский дискурс характеризуется суггестивностью и направлен на воздействие на психику адресата, его чувства, волю и разум. В данной статье рассматриваются коммуникативные стратегии и тактики, используемые в научно-популярных статьях, посвященных вопросам потери веса. Анализ проводился на основе двух статей «What happens to your body when you lose weight?» [1] и «What is weight loss?» [2], отобранных по популярности на сайтах verywellfit.com и topdoctors.co.uk соответственно. Объем материала для анализа составил 10285 знаков.

Коммуникативная стратегия – это комплекс действий, направленных на достижение коммуникативной цели. О.С. Иссерс связывает данное понятие с этапом планирования, когда определяются стратегия, тактика, средства и приемы. Стратегии коммуникации могут быть вспомогательными, диалоговыми и риторическими. Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия и оптимальному воздействию на адресата. Стратегически значимыми являются компоненты коммуникативной ситуации: автор, адресат, канал связи, коммуникативный контекст. В медицинском дискурсе используются различные типы вспомогательных стратегий: стратегия самопрезентации (направлена на создание определенного имиджа автора); статусные и ролевые стратегии (определяют позицию автора в профессиональной среде); эмоционально настраивающие стратегии (создают определенную эмоциональную атмосферу); риторические стратегии (включают различные приемы ораторского искусства). Диалоговые стратегии применяются для контроля над организацией диалога и включают мониторинг темы, инициативы, степени понимания в процессе общения. Риторические стратегии используются для эффективного воздействия на адресата и включают различные приемы ораторского искусства и риторические техники [3, с. 54]. Коммуникативная тактика — это совокупность практических ходов в реальном процессе коммуникативного взаимодействия, позволяющих достичь поставленных целей в конкретных ситуациях. Коммуникативные средства разных уровней выступают в качестве приемов реализации тактик.

На основании исследований Т.И. Уткиной, Е.А. Костяшиной, Н.И. Дорцуевой и Е.В. Шишкиной была проведена выборка стратегий и тактик, подходящих для нашего анализа. В статье рассматриваются такие стратегии, как манипуляция, сближение, дистанцирование, побуждение, убеждение и рекомендация.

Стратегия манипуляции направлена на скрытие истинных потребностей и факта манипуляции. Манипулятор воздействует на одну или несколько мишеней оппонента, побуждая его принять решение так, чтобы последний субъективно ощущал, что это его личное решение. В статье используются тактики навязывания чужого мнения и коррекции убеждений реципиента.

Тактика навязывания чужого мнения и коррекции убеждений оппонента передается через слова с эмоциональной окраской, такие как *challenging, discouraging, too, even*, например, «One reason weight loss may be so challenging is that the drive to eat is increased through hormonal changes» [1], «Additionally, focusing on the number on the scale could get discouraging» [1], «Losing too much weight too fast also can put your physical health at risk» [1], «These improvements can be seen even with modest weight loss of just five to 10 pounds» [2].

Также используется тактика коррекции убеждений реципиента при помощи цитирований исследователей и аргументации так, как в следующих примерах: «When you lose weight, your body uses stored fat for energy, and hormonal changes occur», says Mindy Roth, MS, RDN, a registered dietitian and owner of Mindy Roth Nutrition & Nourish Your Lifestyle Revolution» [1], «Body Mass Index (BMI) is a dated, biased measure that doesn't account for several factors, such as body composition, ethnicity, race, gender, and age» [1].

Стратегия сближения направлена на сближение автора текста с реципиентом для большего воздействия на него, что достигается употреблением личного местоимения *we*, как свидетельствует следующий пример: «We also had them explain what actually happens in your body when you lose weight – because we can all use some extra motivation to stay on track» [1].

Стратегия дистанцирования направлена на увеличение дистанции между автором и реципиентом для поддержания уважительного тона. Она реализуется местоимением *they* или лексемой *person* при описании проблемы. Например: «If a person wants to intentionally lose weight, it is recommended that they eat a lower quantity of wholesome and filling foods to create a calorie deficit» [2], «When a person is overweight, they are more at risk of developing potentially life-threatening illnesses» [2], «When an individual loses weight, the resting energy requirement decreases» [2].

Стратегия побуждения выражает волеизъявление адресанта и направлена на стимулирование адресата к некой деятельности. Для успешной реализации этой цели сообщение должно соответствовать ситуации и учитывать характеристики потенциального исполнителя действия – адресата. Это означает, что адресант должен правильно выбрать адекватную для ситуации общения тактику и уместные речевые формы. При данной стратегии используются тактика призыва к действию и тактика причины. Тактика призыва к действию характеризуется безличными предложениями или инфинитивом в начале предложения. Подобные предложения могут восприниматься реципиентом как список дел, которые нужно выполнять в конкретной ситуации. Например: «Finally, include foods you love in your plan and be mindful not to restrict yourself» [1], «Be sure to incorporate a combination of cardio and resistance training to help reduce muscle loss as you change your diet» [1], «You want to go slowly and make long-term sustainable changes that will be easier to maintain» [2]. Тактика причины реализуется через использование условных предложений причины, построенных при помощи союза *if*. Например: «If you are looking to lose weight, consult with a healthcare professional and registered dietitian who can offer personalized guidance and individualized recommendations based on your specific nutrition needs» [1], «Intentional weight loss can also harm your relationship with food, especially if you are adopting extreme diets or over-exercising to achieve it» [1].

Стратегия убеждения – это воздействие на сознание личности путем обращения к ее собственному критическому суждению. Эффективность стратегии убеждения проявляется в достижении адресантом коммуникативной цели с использованием тактик нейтрализации, примера и смягчения. Тактика нейтрализации применяется при перечислении положительных черт с использованием союза *but*, после чего следуют негативные черты: «Excess weight puts stress on your joints and can contribute to inflammation, causing pain as well as wear and tear of the joint. But, losing weight may increase mobility, decrease joint pain, and reduce the risk of developing osteoarthritis» [1]. Тактика примера направлена на предоставление четкого примера или результата исследований, чтобы реципиент мог удостовериться в правдивости приведенных автором фактов: «In one review study, patients with psoriatic arthritis who lost weight showed improved activity levels, inflammation, and pain levels. These improvements can be seen even with modest weight loss of just five to 10 pounds» [1]. Тактика смягчения реализуется в словах с положительной коннотацией: «Losing weight, when done in a healthy and sustainable way, can result in a number of benefits» [1]. В данном примере автор использовал слово *benefits* вместо нейтрального слова *changes*, что сделало предложение более убедительным для реципиента.

Стратегия рекомендации используется специалистами в основном в устной речи, однако она также встречается в статьях. Эта стратегия направлена на то, чтобы убедить реципиента следовать предписаниям и достичь желаемого результата при лечении или улучшении своего здоровья. При стратегии рекомендации употребляют тактику совета и тактику демонстрации вероятности. Тактика совета помогает автору дать совет или рекомендацию реципиенту через такие слова, как *should*, *need* или *recommended*. Например, «Individuals at a healthy weight, pregnant or breastfeeding women, those with certain medical conditions or a history of eating disorders, elderly individuals, and those with mental health conditions that may be adversely affected should be cautious about intentional weight loss» [2] или «In order to be diagnosed with metabolic syndrome, you need have to three out of the five conditions that include high blood pressure, high blood sugar, high triglycerides, low HDL or good cholesterol, and high waist circumference» [1]. Тактика демонстрации вероятности используется, чтобы показать реципиенту, какие положительные или негативные изменения могут произойти, если реципиент будет следовать совету или наоборот его проигнорирует. Для реализации данной тактики применяет модальные глаголы *can* или *may*. Приведем следующий пример: «They may also help you decrease or eliminate any medications you may be on to manage these conditions» [1]. В этом случае автор использует модальный глагол *may*, чтобы показать, что может сделать реципиент. В следующем случае модальный глагол *can* демонстрирует возможные последствия, которые могут произойти при потере веса: «Losing weight, when achieved through sustainable lifestyle changes, can improve many markers of health, including blood pressure, mobility, and energy» [2].

Таким образом, коммуникативные стратегии и тактики играют важную роль в медицинском дискурсе, особенно в научно-популярных статьях. Они направлены на воздействие на сознание и поведение реципиента, формирование определенного мнения и убеждения. На основании проведенного анализа языковых средств реализации коммуникативных стратегий и тактик в двух статьях «What happens to your body when you lose weight?» и «What is weight loss?» можно заключить следующее: стратегия манипуляции реализуется при помощи тактик навязывания чужого мнения (слова с эмоциональной окраской, лек-

сические усилители *so, too, even*) и коррекции убеждений реципиента (цитирование исследователей, аргументация); стратегия сближения передается через местоимение *we*, а стратегия дистанцирования – через местоимение *they* или лексемы *person* и *individual*; при стратегии побуждения используют такие тактики, как тактика призыва к действию (безличные предложения, инфинитив в начале предложения, глагол *want*) и тактика причины (придаточные предложения с союзом *if*); стратегию убеждения передают через тактики нейтрализации (соотношение положительных и негативных черт с союзом *but*), примера (результат исследования) и смягчения (слова с положительной коннотацией); стратегию рекомендации реализуют при помощи тактики совета (модельные глаголы *should* и *need*, причастие *recommended*) и тактики демонстрации вероятности (модальные глаголы *can* и *may*). В ходе количественного анализа было установлено, что подавляющее большинство стратегий в изученных текстах относится к стратегии рекомендации, что указывает на то, что основная цель научно-популярных статей заключается в предоставлении рекомендации реципиенту, нежели в непосредственном побуждении к действиям. Стратегии манипуляции и побуждения употребляются автором реже. Стратегия дистанцирования встречается чаще, чем стратегия сближения, что может быть следствием склонности британцев держать расстояние с собеседником, что принято считать их культурной особенностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Jaspan, R. What happens to your body when you lose weight? / R. Jaspan. – January 17, 2024. – Mode of access: <https://www.verywellfit.com/weight-loss-effects-8406558>. – Date of access: 05.05.2024.
2. Purkayastha, S. What is weight loss / S. Purkayastha. – July 18, 2023. – Mode of access: <https://www.topdoctors.co.uk/medical-dictionary/weight-loss#>. – Date of access: 05.05.2024.
3. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография / О.С. Иссерс. – 5-е изд. – М.: ЛКИ, 2008. – 288 с.