

## Pragmatic tactics of cooperation within outer communication of an organization

Pekhova D.

### Прагматические тактики кооперации во внешней коммуникации организации

Пехова Д. И.

*Пехова Дарья Игоревна / Pekhova Daryu – преподаватель,  
кафедра истории и грамматики английского языка,  
Минский государственный лингвистический университет, г. Минск, Республика Беларусь*

**Аннотация:** в статье рассматривается группа прагматических тактик кооперации, используемых во внешней коммуникации организации, а также примеры их использования с подробными комментариями, роль данной группы тактик во внешней коммуникации организации.

**Abstract:** the article looks into a group of pragmatic tactics of cooperation that are used within outer communication of an organization and provides examples of their usage with detailed commentaries, as well as their role within outer communication of an organization.

**Ключевые слова:** коммуникация, кооперация, тактика протянутой руки, тактика обращения к пользе, тактика обращения к ценностям, тактика обращения к авторитету, тактика обращения к перспективам, тактика к опыту, призыв к действию.

**Keywords:** communication, cooperation, reaching out, appeal to benefit, appeal to values, appeal to authority, appeal to prospect, appeal to experience, call for action.

Прагматические тактики кооперации способствуют гармонизации отношений между партнерами, создают необходимые условия для кооперации, что является немаловажным условием для эффективной жизнедеятельности организации. Благодаря своему универсальному прагматическому потенциалу кооперативные тактики могут не только смягчать или разрешать конфликты, но и поддерживать благоприятную атмосферу в ситуациях взаимовыгодных для сотрудничества, нейтральных коммуникативных ситуациях, выступают мощным инструментом, повышающим эффективность речевого взаимодействия, как в рамках организации, так и в рамках межличностного общения [3, с. 236].

Рассматриваемая группа тактик представлена следующими тактиками:

1. Тактика обращения к пользе;
2. Тактика обращения к ценностям;
3. Тактика обращения к перспективам;
4. Тактика протянутой руки;
5. Призыв к действию;
6. Тактика обращения к опыту;
7. Тактика обращения к авторитету.

**Тактика обращения к пользе** служит регулятивным целям, так как указывает на бенефактивные последствия сотрудничества:

*Предоставь клиента и получай ежемесячное абонентское вознаграждение в размере 5% от суммы договора на бухгалтерское сопровождение каждого клиента, на весь период действия договора.*

Предлагая клиенту некую «выгоду», в нашем примере, 5% от суммы договора на бухгалтерское сопровождение каждого клиента, на весь период действия договора, фирма идет на определенные уступки, тем самым в фокус внимания адресата вводится идея «мы уступаем».

**Тактика обращения к ценностям** может быть весьма успешно использована в рамках стратегии кооперации. Хотелось бы отметить, что данная тактика является универсальной, так как используется не только для реализации стратегии кооперации, но и для реализации стратегии мотивации:

*В нашем коллективе очень силен корпоративный дух, благодаря чему сотрудники постоянно чувствуют всестороннюю поддержку. Как результат — у нас нет текучки кадров.* – В данном примере можно выделить апелляцию к таким ценностям как «корпоративный дух», «поддержка и взаимопомощь», «стабильность».

*На протяжении всего периода деятельности наша Компания является приверженцем высоких этических норм и принципов. Честность и добросовестность – вот что мы ценим превыше всего! Это неизменные условия нашего развития и процветания.* – В данном случае имеет место апелляция к успеху и этическим нормам и принципам, таким как честность и добросовестность.

*Соблюдение Кодекса – это основа честного и справедливого отношения не только к каждому сотруднику компании, но также и к нашим клиентам и партнёрам.* – Здесь прослеживается апелляция к честности и справедливости.

*Основопологающей доминантой отношений между вкладчиками считается доверие.* – В данном случае можно проследить апелляцию к доверию.

**Тактика протянутой руки** также может быть включена в рассматриваемую нами группу тактик. Она позволяет эффективно воздействовать на адресата, апеллирует к взаимопомощи и сотрудничеству, что и является целью использования стратегии кооперации. Тактика протянутой руки предполагает использование положительно заряженных слов, использование менее формального стиля, подчеркивает равенство позиций адресанта и адресата [5, с. 125]. Такой вариант коммуникации создает необходимые условия для укрепления деловых отношений на основе кооперативного подхода. Описываемая тактика относится к прагматическим тактикам кооперации, поскольку в ходе ее реализации адресант делает упор на взаимовыгодные партнерские отношения. Это дает адресату полагать, что совместная деятельность принесет ему пользу.

*Мы предлагаем Вам взаимовыгодное сотрудничество и участие в партнерской программе.* – В данном примере ключевым является словосочетание взаимовыгодное *сотрудничество*, что указывает на стремление к кооперации с партнерами.

*Само название проекта взаимный фонд меркурий полностью объясняет его суть. Это действительно фонд взаимопомощи, опирающийся на взаимное уважение и доверие, без которых невозможен успех любого проекта финансово-социального значения.* - Как и в первом случае, здесь сделан акцент на «взаимность», тем самым подчеркивается равенство прав и обязанностей партнеров.

К группе прагматических тактик относится и **тактика обращения к перспективам**. Данная тактика позволяет получить расположение партнера или клиента, а также сделать процесс переговоров более конструктивным.

*Нацеленность на клиента, способность Компании быть лучшей за счет качества обслуживания, глубокого понимания потребностей клиента – приоритеты для Компании и в настоящее время, и в долгосрочной перспективе.* – В данном примере маркером тактики является существительное «перспектива».

**Призыв к действию** также рассматривается в рамках группы прагматических тактик кооперации. Данная тактика является хорошим стимулом для последующей совместной деятельности, а также служит регулятором поведения адресата, особенно в условиях, когда решение должно быть принято быстро.

*Звоните, мы проконсультируем Вас, как Вам лучше выбрать бухгалтера.* – В данном примере тактика реализуется за счет использования повелительной формы глагола.

В деловой коммуникации **тактика обращения к опыту** имеет особое значение, поскольку именно прецедентные события обладают высокой убеждающей силой и, как следствие, способствуют гармонизации отношений с партнерами и клиентами компании.

*Конференции 2011 и 2013 проходили масштабно и резонансно.* – В данном примере автор, приглашая специалистов участвовать в конференции, апеллирует к уже состоявшимся успешным конференциям 2011 и 2013 годов, что в значительной степени повышает интерес к конференции со стороны потенциальных участников.

**Тактика обращения к авторитету** также принадлежит к группе прагматических тактик кооперации. Она демонстрирует желание адресанта установить доверительные отношения с партнером в реализации их совместной деятельности.

*Знаете поговорку: как корабль назовете, так он и поплывет. Это был задел на будущее, который и реализовался в настоящее время.* - В указанном примере автор апеллирует к известной поговорке. Ссылка на известную поговорку делает высказывание более убедительным, тем самым формируя доверительные отношения между коммуникантами, что является необходимой предпосылкой для дальнейшей кооперации.

Наиболее частотными тактиками в рамках прагматических тактик кооперации являются тактика обращения к ценностям и тактика протянутой руки, поскольку они обладают высоким прагматическим потенциалом и способствуют гармонизации отношений между партнерами, создают необходимые условия кооперации.

Таким образом, грамотное использование прагматических тактик кооперации значительно увеличивает эффективность коммуникативного воздействия на сознание адресата и, как следствие, позволяет добиться взаимовыгодных отношений с партнерами.

#### **Литература**

1. Астафурова Т. Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения: лингвистический и дидактический аспекты: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02 / Т. Н. Астафурова. М., 1997. 324 л.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
3. Радюк А. В. Кооперативные коммуникативные стратегии и тактики как средства гармонизации английского делового дискурса / А. В. Радюк // Вестник МГИМО университета. Языкознание, 2013. № 1 (28). С. 236 – 240.

4. Шиманская Н. Г. Стратегия как компонент речевого воздействия в рекламной коммуникации / Н. Г. Шиманская // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета, 27 - 28 апреля 2011 г.: в 5 ч. / Минский гос. лингвист. ун-т; редкол.: Н. П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. Минск, 2011. Ч. 4. С. 135-137.
5. Simons Herbert W. Persuasion: understanding, practice and analysis / Herbert W. Simons. – second edition. USA: Mc Graw-Hill, inc., 1986. 382 p.