

УДК: 801.6

РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ КОММУНИКАТИВНОГО САБОТАЖА В ТОК-ШОУ

Е.Э. Яренчук

*Кандидат филологических наук,
старший преподаватель кафедры перевода и межкультурной
коммуникации
e-mail: elenayarenchuk@gmail.com*

Курский государственный университет

В статье предложена типология речевых стратегий и тактик коммуникативного саботажа в ток-шоу. Говорится о зависимости использования стратегий и тактик от специфики и тематики телевизионной программы. Делается вывод о реализации эвристического потенциала коммуникативного саботажа.

Ключевые слова: *коммуникативный саботаж, ток-шоу, речевые стратегии и тактики.*

Намерения говорящего всегда реализуются посредством используемых им коммуникативных стратегий и тактик. Коммуникативный саботаж (далее – КС) – это целенаправленное игнорирование реплики собеседника, следовательно, данному речевому явлению также свойственны стратегии и тактики. Реализацию КС и использование соответствующих стратегий и тактик мы рассматриваем на материале ток-шоу «НТВшники», «Специальный корреспондент», «Давай поженимся!», «Модный приговор» и «Жить здорово». Выбор материала исследования обусловлен тем, что такие особенности ток-шоу, как раскованное поведение участников в эфире, устная неподготовленная речь, максимально приближенная к разговорной, гибкость общения и соединение межличностной и массовой коммуникации обуславливают наличие живой речи в условиях ее реального функционирования.

Итак, термин «стратегия» можно определить как план действия, модель поведения или способ достижения цели. Говоря о стратегии коммуникационной, обратимся к трактовке, предлагаемой В.Ю. Андреевой (Скобликовой), которая считает, что «стратегия речевого поведения представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. Она охватывает всю сферу построения коммуникации, когда целью ставится достижение определенных долговременных результатов. Речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от

конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» [Андреева 2009: 70]. Я.Т. Рытникова говорит о том, что коммуникативная стратегия – это «основная задача, генеральная интенция в рамках данного коммуникативного процесса» [Рытникова 1996: 94]. О.С. Иссерс, в свою очередь, рассматривает речевые стратегии как «совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего» [Иссерс 2006: 109].

Таким образом, *под речевой стратегией мы понимаем планирование речевого воздействия говорящим, обусловленное его психологическими интенциями и направленное на реализацию коммуникативной задачи.*

Речевые тактики, в свою очередь, способствуют осуществлению стратегии речи: формируют части диалога, группируя и чередуя модальные оттенки разговора (оценки, мнения, досаду, радость и т.д.). Вслед за В.Ю. Андреевой, мы будем считать, что «коммуникативная стратегия выражает общую цель говорящего, тогда как тактика является иерархически более мелким «коммуникативным шагом» и отражает интенции человека, проявляющиеся в ходе диалога» [Андреева 2009: 71].

Мы обратились к типологии речевых стратегий и тактик КС, предлагаемой В.Ю. Андреевой, и проанализировали использование КС в ток-шоу. В результате исследования нам удалось сделать вывод о том, что специфика ток-шоу определяет *использование или невозможность использования* тех или иных стратегий и тактик, поэтому типология автора представляется нам не полной, в виду того что ситуация речевого взаимодействия в ток-шоу отличается высокой степенью взаимодействия говорящего с массовой аудиторией и, следовательно, реализуются такие стратегии, которые не были названы в рассматриваемой нами классификации.

Таким образом, мы предлагаем следующую типологию речевых стратегий и тактик КС в ток-шоу:

- **стратегию уклонения** (с тактиками ухода от ответа, уклонения от темы, смены темы, контроля над темой);
- **стратегию игнорирования** (с тактикой игнорирования);
- **стратегию открытого негативного реагирования** (с тактиками возражения, возмущения, отрицания);
- **стратегию доминирования** (с тактиками разоблачения оппонента и контроля над темой);
- **стратегию игры** (с тактиками ухода от реальности и отвлечения);
- **стратегию неприятия** (с тактикой сокрытия замешательства).

Рассмотрим названные стратегии и тактики КС в ток-шоу на конкретных примерах.

Стратегия уклонения

Реализация КС со стратегией уклонения происходит с тактикой ухода от ответа, тактикой уклонения от темы, тактикой смены темы, тактикой контроля над темой и тактикой переадресации.

Тактика ухода от ответа (предполагает отсутствие конкретного ответа, игнорирование содержательной части вопроса, но говорящие не уклоняются от темы, продолжая ее обсуждение):

– Ну, назовите фамилию, ну, назовите, назовите! (А. Хреков).

– Ну, хорошо, вы знаете, вот я проводил занятия неоднократно в классах в школе, где учился, например, замечательный мальчик Дима Кулиستиков, я с удовольствием сейчас смотрю его репортажи. Мне ужасно хотелось услышать, мы, наверно, не успеем по времени, все-таки как-то мы замолчали тоже, какая-то авария, вроде бы в нетрезвом виде, вроде бы взяли бы взятку еще больше. Но ведь, действительно, иногда родители, они определяют поведение этих детей, не в детках дело, а все-таки в их родителях, а точнее – в бесправии (В. Родионов) (Ток-шоу «НТВшники», тема «Питер vs. Москва», дата эфира – 28.05.2010).

Реципиент не дает прямого ответа на вопрос и прибегает к использованию КС с целью привлечения внимания к другой проблеме. И, все же ответив на вопрос, он затем переводит разговор в другое русло.

Тактика уклонения от темы (саботирующий переводит разговор «в выгодное ему русло», не желая обсуждать предлагаемую тему):

– А это, как я понимаю (чтобы телезрители поняли), это те фотки с социальных сетей, которыми они себя продавали девушкам, то есть это так, как они себя в жизни видят, да? (П. Лобков)

– Вы знаете, я вот говорил и говорю, вот человеческая гордыня и тщеславие, они очень помогают в проведении таких расследований, потому что количество информации, которую такие убогие выкладывают о себе в Интернете, оно огромно (В. Назаров) (Ток-шоу «НТВшники», тема «Блатные детки», дата эфира – 29.04.2011).

Уклонение от темы в настоящем примере продиктовано желанием адресата выразить свое собственное мнение, показать его презрительное отношение к обсуждаемым людям. Использование КС отражает психоэмоциональное состояние говорящего.

Тактика смены темы (индивид старается переключить внимание собеседников на тему, часто косвенно связанную или вообще не связанную с тематикой вопроса):

– *Пять километров, то есть ничего страшного, то есть руководство тоже живет рядом с этим комбинатом «Родон»?*

– *На самом деле, ну, я очень слышал эмоциональное выступление женщины, и опасения ее мне понятны, и с точки зрения выполнения нами этого закона мы, естественно, сами не будем же, что называется, под себя такую мину закладывать. Мы неоднократно эту ситуацию изучили совместно с руководством управления, которое занимается надзором за этим комбинатом. (Р. Нигматуллин) (Ток-шоу «Специальный корреспондент», тема «Рожать – не рожать», дата эфира – 05.06.2012).*

Занимая должность руководителя исполкома, Р. Нигматуллин не может позволить себе «испортить имидж» добросовестного политического деятеля и, таким образом, отвечая на вопрос о месте жительства чиновников, использует тактику смены темы, обращая внимание собеседников на тот факт, что исполком занимается этой проблемой и «эту ситуацию изучил».

Тактика контроля над темой (перераспределение коммуникативной инициативы, которое происходит посредством переспроса или повторного дублирования (перефразирования) уже озвученной информации [Андреева 2009]):

– *Действительно, почему закона нет? Если Вы депутат, предложите закон! (Т. Кандаки)*

– *Какой закон, какой закон? (Е. Афанасьева) (Ток-шоу «Специальный корреспондент», тема «Рожать – не рожать», дата эфира – 05.06.2012)*

Адресат использует тактику контроля над темой, которая осуществляется посредством переспроса.

Стратегия игнорирования

Стратегия игнорирования в ток-шоу реализуется тактикой игнорирования: коммуникант старается избежать взаимодействия и, проявляя коммуникативную глухоту, делает вид, что не замечает вопроса.

Тактика игнорирования (используется саботирующим с целью продолжения собственной темы, выражения собственного мнения, зачастую обусловленного недовольством и, как следствие, агрессией):

– *А потому что никаких прорывов и новых идей нет, ничего нету! (А. Митрофанов)*

– *А причем тут новые идеи? (А. Хреков)*

– *Как причем? Я задал вопрос, и никто не ответил. А что нового? (А. Митрофанов)*

– Видимо, цель этой передачи, судя по тому, как подобраны некоторые из нас... У вас же откровенно антиинтеллигентская постановка вопроса... (А. Смирнов) (Ток-шоу «НТВшники», тема «Кому нужна интеллигенция?», дата эфира – 30.10.2011).

Саботирующий, как бы «не слушая» собеседников, продолжает высказывать свое мнение по поводу программы, в которой принимает участие.

Стратегия открытого негативного реагирования

Стратегия открытого негативного реагирования представлена тактиками отказа, возражения, возмущения, оскорбления и отрицания.

Тактика возражения (предполагает несогласие адресата с высказыванием собеседника):

– Ну, я не думаю, что один человек во всем виноват. Так не бывает, так в принципе не бывает, кстати, я так понимаю, Юрий Михайлович у нас москвич? (Т. Телешова)

– Нет, ни в коем разе вообще мы не обсуждаем сейчас Юрия Михайловича. То, во что превратили Москву мы все, в том числе Юрий Михайлович, в том числе кто-то еще: грязь, пробки, хамство, безобразие, вот это вот, атомизация, равнодушие, это Вас устраивает? (А. Хреков) (Ток-шоу «НТВшники», тема «ЗаМКАДыши», дата эфира – 08.10.2010).

В предлагаемом примере саботирующий прибегает к использованию тактики возражения с целью отказа от обсуждения предлагаемой темы.

Тактика возмущения (ситуация речевого взаимодействия в ток-шоу определяет наличие в нем противоборства мнений и столкновения сторон, вследствие чего тактика возмущения используется довольно часто):

– Вспомним банкеты и радостные вопли русской интеллигенции при поражении русских войск в русско-японской войне, вспомним, с каким радостным остервенением уже русско-советская интеллигенция в 90-х годах реагировала на поражение и разгром советской империи в Прибалтике, вспомним реакцию интеллигенции на первые месяцы Чеченской войны. Дело не в том, до какой степени неправедны были эти поступки... Вы будете перебивать или вы слушать будете, ребят? (А. Невзоров)

– Нет, я не хочу это слушать. Я предлагаю реально сменить пластинку и от легенд и мифов Древней Греции перейти к реальности, которой занимается на протяжении уже долгих лет Ясен Николаевич Засурский, на факультете которого я имел честь учиться. Через Вас

прошло много людей, которые стали впоследствии подонками, я их знаю, они и со мной учились, стали светлыми личностями, и таких знаю, были разные. Вот как Вы среди них распознавали тогда человека, которого можно впоследствии назвать интеллигентом? (Б. Берман) (Ток-шоу «НТВшники», тема «Кому нужна интеллигенция?», дата эфира – 30.10.2011).

Саботирующий не согласен с мнением оппонента и недоволен его отношением к обсуждаемому предмету.

Тактика отрицания (использование тактики отрицания спровоцировано отрицанием информации, требуемой собеседником):

– Вы понимаете, чему вы учите сейчас, чему вы учите население России? Тому, что, если вы видите, стоит неадекватный человек, его можно провоцировать, не надо этому учить! Не надо провоцировать это быдло! (Б. Алибасов)

– Послушайте, ну, прекратите. Ну что Вы говорите! (А. Хинштейн) (Ток-шоу «НТВшники», тема «Блатные детки», дата эфира – 29.04.2011).

Адресат саботирует реплику собеседника, используя тактику отрицания, и отвергает предположение собеседника.

Стратегия доминирования

Стратегия доминирования в ток-шоу реализуется тактикой разоблачения оппонента и тактикой контроля над темой – коммуникант старается выяснить необходимую информацию, т.е. разоблачить оппонента, или не позволяет собеседнику сменить тему разговора, т.е. скрыть требуемую информацию, и «управляет» ходом речевого взаимодействия:

Тактики разоблачения оппонента и контроля над темой:

– Спасибо! Рустам, ну, вот видите, вот такой кривой диалог народа и власти. Что Вы ответите? (А. Мамонтов)

– Я на самом деле хочу сказать, что когда первый участок у нас появился, и мы сразу всем говорили, что на этом мы работу не останавливаем по поиску земельных участков по предоставлению многодетным, просто на сегодня... (Р. Нигматуллин)

– А скажите, Рустам, извините, пожалуйста, у меня вопрос: Вы сейчас сказали слово «по поиску», сейчас мы прекратим вот этот диалог затянувшийся, но все-таки, Вы сказали «по поиску», а что, нет кадастровых планов, вы не знаете землю вокруг Казани? Это terra incognita, почему «по поиску», в чем проблема там? Скажите нам. (А. Мамонтов)

– Нет, зачем, это не terra incognita, просто... (Р. Нигматуллин)

– *Ну, а что тогда?* (А. Мамонтов)

– *Земли находятся в той или иной собственности, мы ведем переговоры с собственниками этих земель* (Р. Нигматтулин) (Ток-шоу «Специальный корреспондент», тема «Рожать – не рожать», дата эфира – 5.06.2012).

Оба собеседника саботируют реплики друг друга, настаивая на обсуждении той темы, которая, по их мнению, является релевантной. Участники данного диалога используют стратегию доминирования, реализуя тактику разоблачения оппонента (А. Мамонтов) и тактику контроля над темой (Р. Нигматтулин).

Стратегия игры

В ток-шоу стратегия игры реализуется с помощью тактики ухода от реальности и тактики отвлечения. Отметим, что ситуация речевого взаимодействия в ток-шоу организована по принципу игры. Так, каждый из участников надевает определенную маску и следует роли до конца программы. Мы полагаем, что в ток-шоу ведущие и соведущие нередко провоцируют участников на использование таких стратегий и тактик, которые «относят» сознание собеседников в вымышленный мир, заставляют фантазировать, поэтому мы посчитали необходимым выделить стратегию игры.

Тактика ухода от реальности:

– *Покажите, пожалуйста, что Вы приготовили для Василия?* (Л. Гузеева)

– *Василий, я знаю, что у тебя очень опасное хобби, ты занимаешься дайвингом, там могут быть очень опасные животные – это акулы. И у меня есть средство, которое может тебя защитить от этих кровожадных животных, кстати, акулы есть и в Москве.* (Невеста) (Ток-шоу «Давай поженимся!», дата эфира – 12.09.2011).

Ведущая ток-шоу способствует использованию КС – адресат саботирует реплику собеседника, обращаясь непосредственно к третьему участнику коммуникации.

Тактика отвлечения (реализуется на основе того, что саботирующий играет определенную роль, например, в ток-шоу «Давай поженимся!» соведущая Василиса Володина является астрологом, ее гороскоп всегда отвлекает адресата от реальной ситуации общения, погружая его в виртуальный мир):

– *Отпуск будете вместе проводить, или жена может там с подружками уехать куда-нибудь на недельку?* (Л. Гузеева)

– *Нет, ну вот это бы мне не очень понравилось* (Жених)

– *Не очень хотелось?* (Л. Гузеева)

– Нет, на недельку, если где-то в середине года (Жених)

– Нечего жену отпускать, что вы? (Р. Сябитова)

– Нечего, нечего, это правда? (В. Володина)

– Да (Жених)

– Да? Почему? (Л. Гузеева)

– Вообще-то правильный совет, я соглашусь (Жених)

– Ну, потому что, мне кажется, что люди, активно работающие, в наше время мы все практически активно работаем, отпуск должны проводить вместе. Вам достаточно легко, Андрей, мне кажется, что вот этот критерий интеллигентность – её же не подделаешь, очень легко видеть человека интеллигентного, и поэтому вам легко должно будет выбирать девушек. Ваш Сатурн во Льве, а Сатурн – часто показатель страха в гороскопе. Вы боитесь потерять свое достоинство, именно поэтому хотите девушку, которая это достоинство бы блюла, но она совершенно не обязательно должна иметь высокоплатимую профессию какую-то, она может быть и парикмахером, но при этом и быть достаточно интеллигентной и сдержанной и уважать Вас по-настоящему, потому что Вы больше всего на свете боитесь, что человек Вас, к Вам будет относиться без должного уважения. Выбирайте просто весёлую, активную, космополитку, раскрепощенную, очень живую, ту, которая Вас действительно будет зажигать, но, действительно, девушку с внутренней культурой, пускай она будет из простой семьи, говор тоже ничего не говорит (В. Володина) (Ток-шоу «Давай поженимся», дата эфира – 08.07.2010).

Стратегия неприятия

Стратегия неприятия реализуется в ток-шоу с помощью тактики сокрытия замешательства:

– Как Вы думаете, какие же лекарства надо пить... Не показывайте! ... чтобы не укачивало? (Е. Малышева)

– Ну, я не знаю, меня никогда не укачивало, поэтому я не знаю (Гостья) (Ток-шоу «Жить здорово», дата эфира – 29.05.2012)

Зачастую в ток-шоу адресантом задаются такие вопросы, ответов на которые адресат попросту не знает. Мы полагаем, что в подобных случаях адресат не желает признавать свою некомпетентность, смущается и старается скрыть собственное замешательство, поэтому саботирует реплику собеседника, реализуя стратегию неприятия с тактикой сокрытия замешательства.

Итак, рассмотрев речевые стратегии и соответствующие им тактики КС в ток-шоу можно сделать вывод о том, что реализация тех или иных стратегий и тактик зависит от специфики ток-шоу. Заметим, что сквозь призму стратегий и тактик КС можно увидеть ключевые морально-

этические и культурные ценности конкретного социума и особенности категоризации действительности в целом.

Также следует сказать, что, несмотря на то, что КС имеет преимущественно личностный характер, в рамках ток-шоу реализуется его эвристический потенциал.

Библиографический список

Андреева В.Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Курск, 2009. – 214 с.

Андреева (Скобликова) В.Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2009. – № 5. – С. 68–73.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Изд. 4-е, стер. – М.: КомКнига, 2006. – 284 с.

Рытникова Я.Т. Гармония и дисгармония в открытой семейной беседе // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург: Арго, 1996. – С. 94–115.