

КОММУНИКАТИВНЫЙ САБОТАЖ КАК СРЕДСТВО РЕАГИРОВАНИЯ В СИТУАЦИИ РЕЧЕВОЙ ПРОВОКАЦИИ

В.Ю. Андреева

*Кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры иностранных языков
e-mail: lyneque@mail.ru*

Юго-Западный государственный университет

В статье представлено описание речевой провокации в качестве языкового феномена, рассмотрены трактовки понятия, предлагаемые различными лингвистами, проанализирована степень изученности данной проблемы. Описано использование коммуникативного саботажа в ситуациях речевой провокации.

***Ключевые слова:** речевая провокация, некооперативное общение, коммуникативный саботаж, массовая и межличностная коммуникация.*

В настоящее время невозможно представить общественную жизнь и коммуникацию без планирования речевого воздействия и контроля его эффективности [Иссерс 2009]. Речевое взаимодействие часто начинает обретать характер не столько взаимодействия, сколько воздействия на адресата и побуждения его к определенным действиям. Одним из приемов воздействия на собеседника является речевая провокация. Как определяют толковые словари русского языка, провокация – это «умышленный вызов, подстрекательство с какой-нибудь целью» [ТСРЯ 1995], «предательское поведение, подстрекательство кого-н. к таким действиям, которые могут повлечь за собой тяжелые для него последствия» [Ожегов 1992: 625]. Соответственно, речевая провокация подразумевает преднамеренную деятельность участника коммуникации с целью достижения необходимого ему, но невыгодного собеседнику результата.

В последнее время речевая провокация привлекает всё большее внимание исследователей. Обратимся к тем работам, в которых рассматривается данное лингвистическое явление.

Е.Н. Зарецкая определяет речевую провокацию как целенаправленное, мотивированное, преимущественно контролируемое коммуникативное поведение, направленное на (1) получение информации, которую собеседник не желает сообщать добровольно, либо (2) дестабилизацию его эмоционального состояния [Зарецкая 2002]. Провокационная речь, по мнению Е.Н. Зарецкой, существует для прямого и подчиняющего воздействия на других людей. Однако здесь же автор уточняет, что потребность принудить другого человека к чему-либо

является составляющей частью человеческой сущности. Автор считает, что провокационными чаще всего являются вопросительные предложения, которые сформулированы таким образом, чтобы при ответе человек выдавал ту информацию, которую ему невыгодно озвучивать. И отмечает, что провокационная речь является самой сложной и неоднозначной в интерпретации.

В дальнейшем исследование провокационной речи было продолжено В.Н. Степановым. В своей диссертационной работе автор рассматривает провокативный дискурс как особую разновидность массовой коммуникации и представляет речевую провокацию в форме речевых жанров. Соответственно, провокативными речевыми жанрами В.Н. Степанов называет «те речевые жанры, которые вызывают у реципиента прогнозируемую реакцию» [Степанов 2005: 120]. Исследователь дает свою типологию провокативных речевых жанров и описывает речевую провокацию в дискурсе масс-медиа и рекламе с иллокутивной точки зрения. С позиции автора к провокации можно отнести всякое иллокутивное вынуждение, описанное в терминах «стимул – реакция». В работе также затрагиваются когнитивные и психологические основы изучения феномена провоцирования в массовой коммуникации. Автор представляет свою типологию провокативных жанров, которая включает: комплексные провокативные жанры заботы и признания и элементарные провокативные жанры вопроса и жалобы. Также исследователь подробно описывает конкуренцию провокативных жанров в дискурсе массовой коммуникации и рекламном дискурсе [там же].

И.С. Иссерс говорит о речевой провокации как об особой речевой стратегии и подробно рассматривает функционирование этой стратегии и составляющих ее речевых тактик на примере провокационного интервью. Исследователь определяет речевую провокацию как «коммуникативный сбой, сознательно организованный говорящим» [Иссерс 2009: 95]. Автор исследования выделяет две базовые тактики: тактику выведывания информации и эмоционально дестабилизирующие тактики. Первая группа включает речевую тактику «игры по правилам», «частичного запроса», «установления связей и отношений», «наведения темы», «апелляции к слухам» и комплимента. К эмоционально дестабилизирующим тактикам относятся «прямое и косвенное обвинение», «обвинение чужими устами», «выражение недоверия», «насмешка». Проанализировав достаточно большое количество провокационных интервью, автор приходит к выводу, что стратегия провокации «является одним из эффективных и эффектных приемов» [там же: 103].

В дальнейшем исследование речевой провокации осуществляется на материале интервью. Например, в качестве одной из тактик ведения интервью провокационные вопросы были выделены в работах Н. Вит и М. Харитоновой [Вит, Харитонова 2004], М.Н. Ким [Ким 2005],

М.М. Лукиной [Лукина 2003], Е.Ю. Ионкиной и Е.А. Литвиновой [Ионкина, Литвинова 2014].

И.Г. Малышкина считает провокацию одним из средств введения в заблуждение и выделяет основные приёмы провокации, используемые в печатных СМИ [Малышкина 2013].

Более глубокое изучение провокативного интервью осуществляет О.С. Волкова, которая определяет провокацию как коммуникативную стратегию в рамках дисгармоничного некооперативного общения. Автор изучает провокацию в рамках конфликтного поведения человека и говорит о том, что «коммуникативная провокация – это стратегия деструктивного поведения, нацеленная на вовлечение партнера по коммуникации в конфликтное взаимодействие или создание условий для его возникновения». В качестве речевых тактик провоцирования исследователь выделяет сообщение заведомо ложной информации, гипертрофированную демонстрацию эмоций, возмущение, упрек, а также похвалу, совет, извинение, заверение, восхищение, убеждение. Наиболее распространенными тактиками речевого поведения, реализующими стратегию провокации, являются сообщение заведомо ложной информации, нацеленное на побуждение партнера к действиям, выгодным провокатору, и гипертрофированная демонстрация обиды, воздействующая на эмоциональную сферу оппонента и вызывающая у него чувство вины. Коммуникативная стратегия провокации применяется преимущественно на начальной стадии конфликта, точнее на предконфликтном этапе [Волкова 2014].

Д.И. Семёнов, а вслед за ним и Н.В. Корнилов, К.О. Груздева обращают внимание на особую разновидность речевой провокации в виртуальном пространстве – сетевой троллинг. В своих работах авторы подробно анализируют происхождение термина и его трактовки, описывают использование в Интернет-дискурсе с целью разжигания конфликта, неприязни и некооперативного общения, указывают методы борьбы с таким некорректным типом поведения [Семенов 2012], [Корнилов, Груздева 2013].

Таким образом, можно отметить, что речевая провокация – вопрос, остро интересующий исследователей. Большинство авторов рассматривают стратегически-тактическую природу речевой провокации и описывают данный речевой феномен со стратегической точки зрения. Однако выделяемые ими тактики не всегда совпадают и зависят от того типа материала, который был взят за основу для проведения исследования. Вместе с тем, все они сходятся во мнении, что речевая провокация является разновидностью манипулятивного воздействия на человека и направлена на получение информации, которую собеседник не желает сообщать добровольно, либо дестабилизацию его эмоционального состояния.

В рамках нашего исследования было изучено использование коммуникативного саботажа как средства противодействия в ситуации речевой провокации. Коммуникативный саботаж чаще всего относится к разряду некооперативных явлений, поскольку предполагает эксплицитно выраженное игнорирование партнера по коммуникации вследствие имеющегося внутреннего несогласия, противодействия, выраженного в речевой коммуникации имплицитно [Андреева 2008]. Однако в конкретных ситуациях общения коммуникативный саботаж может являться как средством провоцирования конфликта, так и способом его нейтрализации [Андреева 2013], [Андреева 2014]. Данное речевое явление активно используется в межличностной коммуникации для сохранения кооперативного настроя коммуникации.

В силу того, что речевая провокация подразумевает воздействие на человека с целью выведывания необходимых сведений (которые сам собеседник не заинтересован озвучивать), либо создания конфликтной ситуации, коммуникативный саботаж в таком случае выступает способом уклонения от конфликта и поддержания формальной речевой кооперации.

Например, в следующем диалоге видно, каким образом реализуется стратегия уклонения от темы с целью неразглашения частных сведений. Коммуникативный саботаж используется во всех трех репликах Р. Хасбулатова (выделено жирным курсивом):

— *А наркотиками вы увлекались когда-нибудь?*

— *Да с какой стати?*

— *Есть сведения. Не употребляете?*

— *Все же знают, чем я занимался, чем не занимался.*

— *Нет. Не все. Многие хотели бы узнать.*

— *Все прекрасно знают, до одного. Посмотришь на человека — и уже ясно, чем он занимается.*

(Телепередача «Страсти по Соловьеву»: Руслан Хасбулатов: «Я написал закон о приватизации жилья и дачных участков» <http://www.vsolviev.ru/strasti/text.mhtml?PubID=73>).

При анализе реакций собеседника на провокационные вопросы журналиста было выяснено, что основными речевыми тактиками реагирования при саботировании являются тактики смены темы, уклонения от темы, ухода от ответа, переадресации и отказа.

Например, в следующих двух диалогах реализуется тактика ухода от ответа:

— *Вам принадлежит фраза, что в Думе берут взятки. Кто конкретно — молчание.*

— *Почему? Я все сказал.*

— *А именно? Кто берет?*

— *Эти люди меняются. И опять же, вы хотите не порок системы найти и назвать, а найти стрелочника.*

(Телепередача «Страсти по Соловьеву»: Константин Боровой: «Всё это закончится международным трибуналом» <http://www.vsолоviev.ru/strasti/text.mhtml?PubID=147>).

– *Какая сумма была обещана?*

– **Большая.**

– *Со сколькими нулями?*

– **С шестью.**

– *Миллион?*

– **Больше.**

(«Шаргунов: они слова держать не могут» // Независимая газета. 2007. 22 октября).

Стремление сменить тему и переключиться на обсуждение проблем, косвенно связанных с тематикой вопроса, происходит в следующем микро-диалоге, где интервьюируемый пользуется тактикой смены темы.

– *Не выльется ли этот доклад в санкции против России как члена Совета Европы?*

– **Я не люблю говорить о санкциях. Мне больше нравится говорить о поощрениях и сотрудничестве. Надо работать сообща и не над наказаниями.**

(«Встреча с преемником» // Независимая газета. 2007. 19 декабря).

При саботировании также возможно использование тактики переадресации:

– *Вы считаете возможным вернуться к российскому предложению по урегулированию приднестровского конфликта, от которого отказался официальный Кишинев?*

– **Это вопрос дипломатов.**

(«Наш ответ Кишиневу» // Независимая газета. 2005. 14 июля).

Кроме того, говорящие часто пользуются тактикой отказа при саботировании в ситуации речевой провокации. Например, традиционным и принятым в рамках интервью способом является фраза «без комментариев» или более развернутый вариант «мы не намерены это комментировать».

– *Вы верите в то, что ситуацию с лекарствами можно исправить к 20 марта?*

– **Без комментариев...**

(«Лекарство принял» // Российская газета. 2007. 13 марта).

– *В СМИ появились сообщения, что правительство уже определилось с кандидатурой будущего президента РАН. На этот пост якобы прочат ректора МГУ, академика Виктора Садовниченко. А главой наблюдательного совета академии, который будет координировать всю финансовую и хозяйственную деятельность РАН, может стать*

директор Курчатовского института, член-корреспондент РАН Михаил Ковальчук. Что вы можете сказать по этому поводу?

– **Только одно. Министерство образования и науки не намерено комментировать слухи. Мы считаем, что любые кадровые вопросы будет уместно обсуждать лишь после принятия нового устава РАН, который закрепит приемлемые для правительства принципы управления и финансирования фундаментальных исследований.**

(«Академия без наук?» // Российская газета. 2007. 14 февраля).

Таким образом, следует отметить, что коммуникативный саботаж часто используется в ситуациях речевой провокации. Он позволяет интервьюируемому уйти от ответа и не разгласить запрашиваемую информацию при поддержании формальной кооперативной настроенности диалога. В силу того, что собеседники находятся в ограничивающей рамками делового этикета ситуации интервью, конфликта не происходит.

Библиографический список

Андреева В.Ю. Краткий обзор теоретически работ, освещающих явление коммуникативного саботажа // Актуальные проблемы теории и методологии науки о языке: материалы международной научно-практической конференции. СПб.: Изд-во ЛГУ, 2008. С. 128–132.

Андреева В.Ю. Коммуникативный саботаж в сопоставлении с языковым насилием, языковым сопротивлением, коммуникативной неудачей, манипуляцией и речевой демагогией // Известия ЮЗГУ. Серия Лингвистика и педагогика. 2013. № 4. С. 65-71.

Андреева В.Ю. Коммуникативный саботаж в ряду смежных речевых явлений (сопоставление с конфликтом, речевой агрессией, коммуникативным давлением) // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 1. URL: www.science-education.ru/115-12218 (дата обращения: 02.03.2014).

Вит Н., Харитоновна М. Стимулирование коммуникативных тактик уклонения и противодействия в телеинтервью // Сборник научных статей по философии и филологии. Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова. Выпуск 6. 2004. С. 29-39.

Волкова О.С. Коммуникативная провокация как стратегия деструктивного поведения в бытовом конфликте // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. № 5. 2014. С. 49-55.

Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. 4-е изд. М.: Дело, 2002. 480 с.

Ионкина Е.Ю., Литвинова Е.А. Некоторые особенности коммуникативного поведения адресата как объекта провокационного

воздействия в интервью-портрете (на материале немецкого языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (38): в 2-х ч. Ч. I. С. 87-90.

Иссерс О.С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. М., 2009. № 2 (18). С. 92-104.

Ким М.Н. Новостная журналистика: базовый курс: учебник. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. 352 с.

Корнилов Н.В., Груздева К.О. К вопросу о сетевом троллинге как современной форме коммуникативного поведения в виртуальном пространстве // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. Выпуск 8. М., 2013. С.169-172.

Лукина М.М. Технология интервью: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2003. 192 с.

Малышкина И.Г. Метод провокации в исследованиях взаимоотношений аудитории и средств массовой информации // Медиа. Информация. Коммуникация. № 4. М., 2013.

Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеол. выражений / Российская АН. Ин-т рус. яз.; Российский фонд культуры. М.: Азъ Ltd., 1992. 960 с.

Семёнов Д.И. Троллинг как тип коммуникативного поведения в Интернете (структура и функции): магистерская диссертация. Комсомольск-на-Амуре, 2012. 111 с.

Степанов В.Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации: дис. ... докт. филол. наук: 10.01.10. СПб., 2005. 380 с.

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка: в 4 т. Т. 1-4 / под ред. Д.Н. Ушакова. М., 1940. Режим доступа: <http://ushakov-online.ru/slovar-ushakova/provokaciya/55695/> (дата обращения: 02.03.2014).