

Оксана Сергеевна Иссерс

*Россия, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского*

Анастасия Сергеевна Герасимова

*Россия, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики*

## Описание коммуникативного поведения в аспекте коммуникативно- прагматического «синтаксиса»

**Ключевые слова:** речевое поведение, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, оценивание, коммуникативно-прагматический синтаксис.

**Key words:** speech behavior, communicative strategy, communicative tactic, assessment, communicative and pragmatic syntax.

### Abstract

The article touches upon effective communication in terms of modern TV entertaining discourse. Considering the factors of publicity and double addressee, the research describes communicative behavior as a sequence of speech events in typical communicative situations. Based on the strategy of assessment in a popular TV show, it analyzes the patterns of speech behavior of different famous people. The research reveals basic communicative schemes which provide the necessary intention of the speaker and put the risk of miscommunication to a minimum even if the assessing statement was negative.

Вопросы эффективности речевой коммуникации находятся в центре внимания философов, психологов, лингвистов с античных времен и до наших дней. К числу факторов, определяющих успешность речи, относят «изобретение аргументов» с учетом фактора адресата, выбор соответствующего целям общения коммуникативного контекста, создание убедительного образа оратора (адресанта) и др.

С точки зрения современной прагматики понятие эффективности коммуникации тесно связано с описанием коммуникативных стратегий и тактик в различных типах дискурсов [Верещагин 1992; Борисова 1996; Иссерс 1999; Зарецкая 2002; Паршина 2005; Копнина 2007]. Несомненными лидерами в научной разработанности указанной проблематики являются политический

и рекламный дискурс [Паршина 2005; Степанова 2009; Акопова 2013]. Значительное количество работ посвящено изучению стратегий и тактик в медиакommunikации, в том числе и в конвергентных СМИ [Тулупов 2005; Голев, Яковлева 2012]. Несмотря на разнообразие социальных сфер, все авторы приходят к выводу о том, что любая коммуникативная ситуация характеризуется стратегиями говорящего и слушающего, которые диктуют им выбор речевых (или – шире – коммуникативных) действий. Если понимать стратегию как комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей, то речевая тактика – это одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии. В свою очередь в качестве инструмента реализации той или иной тактики выступает коммуникативный ход, или прием, подчиненный тактической задаче [Иссерс 1999].

Как показали исследования современной речевой коммуникации, проведенные для различных социальных сфер, достижение стратегически значимого результата нередко требует выбора нескольких коммуникативных тактик, которые, будучи выстроены в определенную цепь, продвигают говорящего к поставленной цели.

То есть эффективность коммуникации во многом определяется последовательностью коммуникативных шагов, реализующих интенцию говорящего. Проблемы диспозиции аргументов рассматривались еще в античных риториках и в современной практической риторике обсуждаются, как правило, применительно к публичной речи [Сопер 1995]. В то же время подобного рода задачи мы решаем чуть ли не ежедневно, продумывая ход трудного разговора, изложение просьбы, которая, по нашим ожиданиям, может встретить отказ, и т.д. Эти и схожие проблемы актуальны для многих сфер современной коммуникативной практики и, можно предположить, нередко имеют национально-культурную и социолингвистическую специфику (это можно наблюдать на примере изложения просьбы либо отказа в разных культурах и социальных группах).

Прагматические правила оптимальной последовательности речевых действий нередко интуитивно осознаются говорящими, а иногда становятся предметом научного анализа, чаще всего психологического. Например, такое правило: «сделав предложение, давить нельзя». *Хочешь пряник – скушай, не хочешь – дело твое*. Если же после отказа от пряника насильно пытаются засунуть его в рот, то адресат чувствует себя обманутым. Поэтому психологи дают такого рода рекомендации: если вы знаете, что будете добиваться своего все равно, то следует начинать с мягкой просьбы либо открытого требования, но не следует начинать с предложения [Козлов 2002: 184–185].

Осмысление такого рода эффектов актуально не только для психологии общения. Оно значимо для расширения лингвистических знаний о стратегиях речевой коммуникации в конкретном социуме и, несомненно, актуально для задач лингводидактики и разработки научно обоснованных рекомендаций в области эффективного речевого общения.

Правила оптимальной последовательности речевых действий могут рассматриваться как своего рода «**коммуникативно-прагматический синтаксис**». Описание закономерностей построения последовательностей прагматически оправданных коммуникативных шагов для реализации конкретных речевых стратегий позволяет выявить скрытые механизмы эффективности речевых действий, а также типичные причины коммуникативных неудач.

В рамках данного исследования анализ последовательности коммуникативных действий рассматривается в ситуации публичного общения на российском телевидении. **Материалом** послужили оценочные высказывания членов жюри телешоу «Голос» (1 канал, сезоны 1 и 3). Этот телевизионный проект стал одним из самых популярных и любимых развлекательных шоу у российских телезрителей, тем самым определив значимость участвующих в нем персон (А. Градский, Л. Агутин, П. Ханова [творческий псевдоним – Пелагея], Д. Билан) для формирования общественных вкусов, мнений и – шире – социальных норм речевого поведения.

На характер коммуникативного поведения членов жюри при оценивании влияет высокая степень публичности. Данный фактор накладывает определенные ограничения на речевое поведение наставников и предполагает соблюдение правил вежливости и такта во избежание коммуникативных неудач. В то же время предполагается и искренность оценки, в том числе и критической. Кроме того, нельзя не учитывать ориентацию на «двойного» адресата: оценочное суждение ориентировано не только на исполнителя, но и на массового телезрителя, оно должно убедить всех в правомерности оценки. Заключительным элементом, влияющим на построение оценочных высказываний, становится имидж наставников. Чаще всего членами жюри в подобных телепередачах становятся известные деятели культуры и искусства, представители отечественной эстрады и поп-индустрии. При оценке конкурсанта задачей наставников становится сохранение данного имиджа и, по возможности, усиление внимания к собственной персоне.

Таким образом, в аспекте телешоу оценивание становится некой «не элементарной» стратегией со своим набором тактических приемов, позволяющих реализовать интенцию говорящего.

Изначально все тактические приемы в вокальном телешоу «Голос» можно разделить с точки зрения глобальной цели. Конечным результатом «слепых прослушиваний» является формирование команд из определенного количества участников. Следовательно, на проекте возникает **два типа оценочной ситуации – ситуация «согласия» и ситуация «отказа»**. Для каждой из них будет характерен свой арсенал базовых и вспомогательных тактик, позволяющих добиться нужного перлокутивного эффекта.

**Ситуация согласия** по сути своей лишена конфликта и, казалось бы, не требует от оценивающего каких-то сложных коммуникативных маневров. Однако требования убедительности оценки и формат телепроекта, где должна

быть интрига и развитие сюжета, стимулируют к поиску различных вариантов выражения позитивной интенции. В ситуации согласия наиболее популярными стали **тактики восхищения, комплимента и похвалы**, составившие 25%, 20%, 16% соответственно от общего количества проанализированных примеров (530), и это не случайно. При положительном оценивании выступлений участников восхититься мастерством и сказать приятные слова не просто логично, но еще и этично. Именно поэтому зачастую оценочные высказывания наставников либо открываются восхищением, комплиментом, либо дополняются ими и имеют следующую последовательность.

**1) восхищение ⇒ похвала ⇒ восхищение** (похвала как способ отметить удачные моменты исполнения, а не просто выразить эмоциональный восторг)

*Л. Азутин: Блестящее исполнение! Очень фирменно / очень хорошо / очень точно! Импровизация // Очень чисто по нотам // Просто здорово!*

**2) комплимент ⇒ похвала ⇒ восхищение** (нарастание положительной оценки)

*А. Градский: Лица / выглядишь просто / королева! Королева! Я понятия не имел / кто поет // В этом репертуаре я же не слышал тебя / Я не догадался и нажал / потому что здорово спела // С нужной сипотцой // Ну все на месте // Классно спела! Просто обалденно!*

Заметим, что собственно профессиональная оценка, включающая объяснение причин согласия, находит выражение именно в тактике похвалы, однако, как показывают наблюдения, этот коммуникативный шаг может редуцироваться в ситуации положительной оценки.

В то же время выражение согласия не исчерпывается комплиментами, похвалой и восхищением. Выявлены три схемы, которые включают еще и **тактику самопрезентации**, которая составляет 20% от общего количества использованных приемов. Популярность данной тактики продиктована коммуникативными целями второго порядка – желанием наставников подчеркнуть свою компетентность в том или ином вопросе, обратить внимание участников на свои вкусы и предпочтения и в целом создать убедительный имидж профессионала. В ряде случаев самопрезентация обусловлена задачами убедить конкурсанта войти в команду говорящего.

**3) самопрезентация ⇒ комплимент ⇒ уговоры** (комплимент как переходный этап от себя к прямым уговорам, как способ расположить к себе участника)

*Пелагея: Чувство юмора ваше / как будто бы оно совпадает с моим // Оно в музыке такое есть / вообще! И вашем поведении на сцене и так далее // Я буду счастлива / если вы выберете меня //*

*Пелагея: Я знаю / как зовут этого человека / Я думаю / что вы все знаете // Это Севара Назархан / дорогие друзья // Все / у меня трясутся руки / я не могу! Это человек мирового уровня! Если ты меня выберешь / мы порвем этот проект // Я обещаю тебе! Все мозги многомиллионной аудитории первого канала / они будут разорваны в клочья //*

**4) самопрезентация ⇒ восхищение ⇒ самопрезентация ⇒ комплимент** (самопрезентация как способ подчеркнуть совпадения собственных вкусов с предпочтениями участника)

*Д. Билан: Я знал! Слушайте / это было круто / правда! Невероятно! Я опять же пребываю в поиске / так сказать / культуры / наверное / какой-то и совпадений каких-то // И я могу сказать / что по первому аккорду понял / что вы будете творить в конце // потому что скромность была такая поддельная / на самом то деле // Просто очень рад что вот здесь уже двое нас //*

*Л. Агутин: Ну / что можно сказать // Мне очень нравится / что вы вот так откровенно говорите / «Ну-ка скажите / почему мы вас должны вы-брать?» // Правильно / вы имеете на это право / потому что вы абсолютно слаженный / профессиональный / мощный / великолепный дуэт / беспод-до-о-обный / бесподобный // Я скажу / что мне / в принципе / нечего желать // Я просто знаю одно / что у кого бы вы ни были в команде / вы в любом слу-чае / как вот такой (показывает) большой цветок // вас просто поставит / дать любую песню / и будет здорово //*

**5) восхищение ⇒ самопрезентация ⇒ похвала ⇒ комплимент** (комплимент как способ логично завершить беседу)

*Пелагея: Какие у вас прекрасные низкие ноты / Эльмира! Я очень рада / что повернулась одна // Я надеюсь / что ты тоже / не расстроилась // Очень красиво внизу // Ты клевая! Видели / глаза какие красивые?*

**6) восхищение ⇒ самопрезентация ⇒ восхищение** (рамочная композиция позволяет довести до максимума положительную семантику высказывания)

*Пелагея: Очень-очень классно! У меня столько сразу как будто бы идей / возможностей открылось // Клево! Кайф! Кайф! Кайф!*

*А. Градский хлопает стоя* (тактика невербального восхищения). *Сделала все так / как будто мы с тобой вместе это делали // Вот я слушал и думал / «Вот / смотри / она здесь должна так сделать / – она делает / а здесь должна сделать так / – она тоже делает» // Шанса не было... //*

*Пелагея: Шанса не было не вернуться / и я вот сейчас быстренько за себя отвечу / так сказать / за свой разворот // Я уже третий год тут ищу и жду энергии / очень сильные эмоции // У вас они / безусловно / есть // Я даже сейчас говорю / и у меня мурашит правую сторону // Когда вы пели / – мурашило все // Спасибо вам большое / – это было прекрасно!*

**В отличие от ситуации согласия ситуация отказа относится к зоне коммуникативного риска.** В связи с этим, кроме первичной задачи – оценки конкурсанта, перед членом жюри стоит цель снизить конфликтность ситуации, не навредить лицу выступающего, продемонстрировать такт и уважение к участнику. В данной ситуации последовательность речевых действий во многом определяет достижение целей как первого, так и второго порядка.

Интересно, что наравне с логичной в данной ситуации **тактикой объяснения причины отказа** (26%), члены жюри активно используют **тактику**

**самооправдания и тактику утешения** (20% и 19% соответственно). Объясняя причину отказа, наставник не только указывает на неверные стороны исполнения, но и помогает участнику справиться с волнением, показывает свое расположение к исполнителю. Задача тактики самооправдания – создать позитивный имидж члена жюри на экране. Для ситуации «отказа» это становится вдвойне сложным, так как сам коммуникативный сюжет уже предполагает отрицательные оценочные суждения об объекте критики. Задача тактики утешения заключается в том, чтобы ослабить отрицательное эмоциональное состояние, в котором находится участник.

Последовательность тактик в ситуации отказа, как правило, предполагает 3–4 коммуникативных хода, в отличие от ситуации согласия, где, как правило, цепочки включают 3 хода. Здесь представлены следующие наиболее частотные схемы:

**1) самооправдание ⇒ объяснение причины отказа ⇒ утешение** (самооправдание как возможность извиниться и утешение как вероятность успешного завершения диалога)

*А. Градский:* Скажу вам честно я / несмотря на свои там уже выбранные кандидатуры / я за вас нажал бы кнопку / если бы вы спели другую вещь / я вам скажу / какую сразу // В следующий раз! У вас все на месте!

*Д. Билан:* Когда я сидел спиной к вам / а вы пели / то в зале человек / наверное / пять-десять исполняли вместе с вами эту песню / причем / попадая слово в слово // вы замечательно / потрясающе / конечно / «садились» на / именно / фальцетные ноты / но что касается грудного вот этого / да / голоса... // вы не показали тембр // Значит повезет в чем-то другом / обязательно!

**2) самооправдание ⇒ объяснение причины отказа ⇒ апелляция к ожидаемому исполнению ⇒ утешение через комплимент** (объяснение причины отказа как плавный переход к ожиданиям)

*Пелагея:* Я сразу объясню / почему не нажала на кнопку / почему не развернулась / немножко вы меня «недолюбили» / чуть-чуть (исполнялась песня Лары Фабиан «Je t'aime» – О.И., А.Г.) // Мне хотелось немножко тонуса вашего // Понимаете, о чем я говорю / да? Чуть побольше / чуть-чуть поярче / да? «Je t'aime» не хватило // А тембр шикарный / внизу все красиво / мягко //

*Л. Агутин:* Саш / ну экспериментировать было поздновато / потому что ты уже все / уже выступал в конкурсе / и шанс / наверное / все-таки у тебя был // Но ты все сделал для того / чтобы полностью / как бы / лишить себя всяких шансов // Гармония какая-то непонятная // Мелодии не понять // Идея то – ты на нее вышел / но такое впечатление / что вчера просто придумал // А если бы ты еще недельку бы посидел / то додумал бы // Такое какое-то совсем импровизация // Не хватило сделанности // Не доделал ты эту идею // Сама идея / конечно / по себе хорошая // И приятный тембрык //

**3) разочарование ⇒ самопрезентация ⇒ самооправдание ⇒ утешение через похвалу** (эмоционально настраивающая тактика разочарования)

как способ начать диалог и самопрезентация как апелляция к собственному опыту / чувствам)

*Пелагея: Ну ё-моё! Я так ждала тебя / Вова! И не узнала // вообще! Такое случается / да // Может быть / потому что / я не слышала тебя никогда одного / а только слышала именно в команде // Вова, это было клево!*

**4) разочарование ⇒ объяснение причины отказа ⇒ совет** (совет как способ успешного завершения диалога)

*А. Градский: Так я и знал / так я и знал! Могу сказать / почему не выбрал // Не удивили вы // Мой вам совет / вы другое что-нибудь спойте //*

**5) самопрезентация ⇒ объяснение причины отказа ⇒ совет ⇒ утешение** (самопрезентация как способ открыть высказывание и сообщить о чувствах)

*Д. Билан: Я ждал / как же вы раскроетесь в следующем припеве // Роза Рымбаева сделала это / конечно / очень здорово / и это отпечатано у меня в голове / в сознании // Я сам исполнял эту песню не один раз / Но у вас были неточности / которые невозможны были в этой песне / потому что здесь очень красивые гармонии // На этой песне / придумывать мелизмов не стоит / потому что там такие гармонические переливы / вообще сумасшедшие // Но у вас отличный голос!*

*Пелагея: Просто идея классная // Мне очень близкая вообще // И круто все // Поэтому я первая и взяла речь // Но! Там так все было мимо / вот если честно // Прямо фальшивенько-фальшивенько // Разволновалась / да // Вот собственно поэтому / как бы / и нет // Потому что идея клевая! Но / вот еще маленький такой совет / когда в следующий раз / – ты же / наверняка / будешь еще это исполнять / эту классную придумку / это действительно неожиданно и очень клево сочетается / – попробуй сделать больший контраст / когда ты поешь все-таки народную историю / попробуй ее петь не совсем стандартно / эстрадно / тогда это будет интереснее // Но за придумку – такое спасибо! Молодец! Давайте похлопаем!*

Нетрудно отметить, что **ни в одной из схем речь члена жюри не открывается с объяснения причин отказа**. Всего лишь в двух коммуникативных схемах член жюри открывает диалог репликами о собственном разочаровании, что, по сути, является критической оценкой выступления конкурсанта, а по форме – апелляцией к эмоциональной сфере говорящего (в теории и практике полемики и переговоров это называется «перевод стрелок на себя»). Объяснение причины отказа находится «внутри» критического высказывания, а сильные позиции текста – начало и конец – как правило, реализуют интенцию эмпатии.

Помимо основных и вспомогательных тактических приемов оценивания, в ситуации отказа, отмечена группа тактик, компенсирующих «моральный ущерб», связанный с отказом, – это **восхищение, похвала и комплимент**. По своему типу все они являются эмоционально-настраивающими, а по интенции становятся косвенным оправданием:

**А. Градский:** *Могу сказать / почему не выбрал // Не удивили вы // Вот сейчас смотрю – клево! Смотрю – класс!* (тактика восхищения)

**А. Градский:** *Очень красиво пели / очень хороший язык / естественно / но неровная очень получилась по подаче / неровная / скажем так / вокальная партия / если можно так сказать //* (тактика похвалы)

**А. Градский:** *Вы врач / но вы допускали в пении те же ошибки / которые обычно допускают тенора / которые десять лет работают в театре //* (тактика комплимент «от противного»).

Анализ оценочных ситуаций на проекте «Голос» показал, что несмотря на стандартные коммуникативные цели – оценки конкурсантов, члены жюри выбирают способы реализации оценочной интенции вариативно, причем практически никогда не ограничиваются одним коммуникативным ходом (тактикой). Это обуславливает построение различных последовательностей речевых (а иногда и невербальных) действий, которые можно рассматривать в аспекте «коммуникативно-прагматического синтаксиса». В совокупности они определяют стратегию речевого поведения членов жюри в условиях межличностного общения, осложненного ситуацией публичной коммуникации на телевидении.

Как показывает материал, описание коммуникативного поведения с точки зрения последовательности речевых действий позволяет глубже понять интенции говорящих в типовых коммуникативных ситуациях, оценить коммуникативные риски и выработать рекомендации относительно оптимальных моделей речевого поведения.

## Литература

- Акопова Д.Р., 2013, Стратегии и тактики политического дискурса, *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*, Филология, № 6 (1), Нижний Новгород: Издательство Нижегородского госуниверситета, с. 403–409.
- Борисова И.Н., 1996, Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге [в:] Матвеева Т.В. (ред.), *Русская разговорная речь как явление городской культуры*, Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, с. 21–48.
- Верещагин Е.М., 1992, Речевые тактики «призыва к откровенности». Еще одна попытка проникнуть в идиоматику речевого поведения и русско-немецкий контрастивный подход, *Вопросы языкознания*, № 6, Москва: Наука, с. 82–93.
- Голев Н.Д., 2002, Манипулятивные стратегии и тактики в СМИ (на примере телевизионного проекта «Имя Россия»), *Журнал Сибирского федерального университета*, Серия: Гуманитарные Науки, т. 5, № 12, Издательство Сибирского федерального университета, с. 1834–1842.
- Зарецкая Е.Н., 2002, *Риторика: Теория и практика речевой коммуникации*, Москва.
- Иссерс О.С., 1999, *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*, Москва: Издательство ЛКИ.



- Козлов Н.И., 2002, *Истинная правда, или Учебник для психолога по жизни*, Москва: Астрель, с. 184–185.
- Копнина Г.А., 2007, *Речевое манипулирование: учебное пособие*, Москва: Флинта: Наука.
- Паршина О.Н., 2005, Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России [в:] *Власть и речь в СМИ: Научные доклады*, Саратов: Изд-во Сара тун-та, с. 24–37.
- Сопер П., 1995, *Основы искусства речи*, Москва: Издательство Агентства «Яхтмен».
- Степанова Е.В., 2009, Мотивированность коммуникативных стратегий манипулирования в рекламе, *Вестник Волгоградского университета*, Сер. 2: Языкознание, № 1, Издательство Волгоградского государственного университета, с. 156–159.
- Тулупов В.В., 2005, Коммуникативные стратегии в российской журналистике нового времени, *Вестник ВГУ*, Серия: Филология. Журналистика, № 1, Издательство Воронежского государственного университета, с. 197–211.