

УДК 81'42

ББК 81.055.1

M864

Т. Г. Мочалова

Москва, Россия

**ПАРАДОКС КОММУНИКАТИВНОЙ НЕУДАЧИ КАК ЗАЛОГА
УСПЕШНОЙ КОММУНИКАЦИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ АВТОРСКИХ ТЕЛЕПРОГРАММ)**

В статье рассмотрены теоретические предпосылки медиадискурса, коммуникативных стратегий и тактик, обозначены признаки коммуникативной неудачи. На материале авторских телепрограмм приведены примеры коммуникативных стратегий, направленных на разжигание конфликта как парадоксального итога успешной коммуникации.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики, успешная коммуникация, коммуникативная неудача.

T. G. Mochalova

Moscow, Russia

**PARADOXICAL NATURE OF COMMUNICATIVE FAILURE AS THE KEY
TO COMMUNICATIVE SUCCESS (BASED ON AUTHOR'S TV PRO-
GRAMS)**

The article puts an emphasis on the theoretical points of media discourse, communicative strategies and communicative tactics, deals with features of a communicative failure. The study provides examples of communicative strategies based on author's TV programs and targeted at conflict as a paradoxical result of communicative success.

Key words: communicative strategies, communicative tactics, communicative success, communicative failure.

Коммуникация представляется одной из базовых и ключевых потребностей индивида. В эпоху глобальной информатизации умение устанавливать социальные контакты и доносить желаемую информацию до адресата является залогом успешной коммуникации. Вместе с тем, способность убеждать в правильности представляемых суждений и корректно разрешать возможные конфликтные ситуации является ключевым аспектом ораторского искусства. Обращение к ораторским техникам подтверждает междисциплинарный характер исследований коммуникативных процессов: коммуникация осуществляется в рамках коммуникативных пространств различных социальных институтов, каждый из которых обладает специфическими признаками. Восприятие индивида как оратора, обращающегося к различным коммуникативным стратегиям для достижения цели и воздействия на адресата, связывает театральный, политический, деловой, медиадискурс [Борботько, Желтухина, 2017], даже в определённой мере дискурс бытового общения. В силу того, что рассматриваемый материал принадлежит медиадискурсу, который играет важную роль в формировании общественного сознания, изучение коммуникативных стратегий, служащих для оказания влияния на реципиента, представляется актуальной задачей исследования.

Для достижения коммуникативной цели необходимо придерживаться определённой коммуникативной стратегии, которая понимается как «планируемая магистральная, долговременная линия речевого поведения, избранная коммуникантом для достижения главной цели во взаимодействии» [Викулова 2008, с. 245]. Таким образом, в рамках коммуникации адресант, взаимодействуя с адресатом, рассчитывает на конкретный исход общения, обозначенный коммуникативной целью. Для её достижения индивид обдумывает и планирует наиболее правильные пути речевого поведения, объединяя их в единое целое, что и представляет собой коммуникативную стратегию.

Коммуникативная стратегия реализуется с помощью ряда коммуникативных тактик, т. е. «совокупностей практических ходов в процессе речевого взаимодей-

ствия» [Клюев, 2002, с. 11]. Интерпретируя коммуникативную стратегию как общую модель поведения, определим коммуникативную тактику как комплекс практических ходов, способствующих более подробному рассмотрению процесса коммуникации.

Коммуникативную стратегию определяют интенция и цель говорящего, осуществление и успешное достижение которых является итогом самой стратегии. Следовательно, адресант воспроизводит запланированное речевое поведение, которое, по его мнению, должно способствовать достижению цели. В итоге говорящий, «выигрывая» или «проигрывая» один коммуникативный акт за другим, либо достигает поставленной цели, либо терпит коммуникативную неудачу.

Отметим, что успешная коммуникация определяется как совпадение ожидаемого и действительного эффектов речевого высказывания; если же адресант не достигает ожидаемого эффекта, то имеет место коммуникативная неудача [Мартынова, 2000, с. 6]. Другими словами, когда стратегия коммуникативного поведения адресанта не соответствует коммуникативным намерениям / целям адресата, то в общении возникает дисгармония, которая сигнализирует о коммуникативной неудаче как результате неверного использования коммуникативных стратегий и тактик.

Одним из таких примеров является стратегия *ложного высказывания*, т. е. искажение объективной действительности в коммуникативном акте, направленное в большей степени на манипулирование собеседником и обусловленное целью склонить его на свою сторону любой ценой [Иссерс, 1999, с. 12]. Говоря иначе, адресант ложного высказывания, оперируя подобной стратегией, стремится к некоторому превосходству над адресатом и нарушает общепринятые принципы речевого поведения. Такая стратегия считывается адресатом и влечёт за собой сбой в общении.

Рассмотрим пример из телепрограммы «Воскресный вечер с Владимиром Соловьёвым» (канал Россия 1) в прямом эфире от 23.10.2016 [http://russia.tv/video/show/brand_id/21385/episode_id/1382322]. Участники программы обвиняют американского эксперта М. Бона в фальсификации данных,

однако тот не признаёт собственную вину и, отстаивая свою точку зрения, опирается на то, что высказывает позицию ООН. Собеседник отвечает, что в ООН всё проплачено. Подобный комментарий задевает интересы американского эксперта и создаёт конфликтную ситуацию, в которую вступает ведущий программы. В. Соловьёв говорит, что не было ни одной резолюции со стороны ООН о вторжении в Ирак. После обобщённого ответа М. Бона, В. Соловьёв понимает, что участник задаётся целью склонить его на свою сторону любым способом, и приходит в негодование, утверждая, что собеседник начинает ему врать. Ведущий «атакует» коммуниканта вопросами, повышая голос, что ещё больше обостряет ситуацию и заводит переговоры в тупик.

Таким образом, стратегия *ложного высказывания* с использованием тактики *озвучивания неполной информации*, тактики *отмалчивания*, тактики *настаивания на своём* препятствует реализации успешной коммуникации. С самого начала отметим нарушение намерений говорящего (слушающий не поверил), нарушение принципа вежливости (перебивание собеседника), нарушение стратегий и тактик ведения разговора (не учитываются намерения собеседника), нарушение постулатов качества и количества принципа кооперации (высказывание не истинно, содержит недостаточно информации).

Нарушение перечисленных аспектов как последствий неверного использования стратегий и тактик характеризует положение вещей, при котором коммуниканты не могут реализовать свои намерения или коммуникативные ожидания, что, согласно точке зрения Е. М. Мартыновой, и есть коммуникативная неудача [Мартынова, 2000, с. 10].

Тем не менее, говоря о медиадискурсе, в том числе дискурсе авторских телепрограмм, отметим, что речь идет не о спонтанной, а о запланированной коммуникативной ситуации. С этой целью телеведущий как модератор провоцирует гостей на высказывание различных точек зрения, тем самым вызывая противоречия (конфликт интересов), которые поддерживают эмоциональную заинтересованность слушающих. В конечном итоге в результате обсуждения дискуссия

должна привести к формулированию единственно «верной» точки зрения, нужной создателям данной программы. Таким образом, столкновение интересов важно для эмоционального воздействия на зрителей, однако, не менее релевантно вовремя урегулировать назревающий конфликт для предотвращения коммуникативной неудачи.

Анализируя причины сбоев в общении, Е. К. Теплякова подразделяет коммуникативные неудачи на запланированные (спровоцированные) и незапланированные (непреднамеренные, возникшие под влиянием языковых или экстралингвистических факторов) [Теплякова, 1998]. Отметим, что такой подход рассмотрения данного феномена не совсем оправдан, поскольку в широком смысле коммуникативная неудача понимается как не достижение коммуникативных намерений и целей коммуникантов. В случае с запланированными коммуникативными неудачами речь уже идет о желании спровоцировать конфликт, что само по себе является коммуникативной целью одного из участников и определяет его коммуникативное поведение.

Следовательно, в данном примере реализация коммуникативной неудачи интерпретируется как реализация интенций говорящего, а значит, как коммуникативный успех. Данное положение подтверждает мнение Н. К. Къневой, согласно которому под коммуникативной неудачей рассматриваются только те случаи коммуникативных недоразумений, которые возникают незапланированно и воспринимаются проблемно одним или более участниками коммуникации [Кънева, 1999].

Структура большинства авторских телепрограмм направлена именно на то, чтобы подобный конфликт разжечь, тем самым, создать ажиотаж среди зрителей, вовлечь их в коммуникацию посредством принятия одной из противоположных точек зрения. У телеведущего есть заданная линия речевого поведения, и даже, если он её не афиширует, для зрителей является эксплицитным, какой стороны придерживается модератор посредством отдельных реплик, комментариев, наводящих вопросов, которые он озвучивает во время конфликта. В подобном случае имеет место запланированная коммуникативная неудача или коммуникативная

квази-неудача, и поскольку она является целью создателей ток-шоу, то ее осуществление (создание конфликта) характеризует успешную коммуникацию.

Рассмотрим один из выпусков ток-шоу Владимира Соловьёва «Поединок» (канал Россия 1) от 06.10.16 [http://russia.tv/video/show/brand_id/3963/episode_id/1377826/video_id/1527435], где политолог Х. Аль-Хури заявляет, что у России слабая экономика, которая раз в 10–15 отстаёт от Америки. Однако Россия бросает вызов Западу, от которого отстаёт в деньгах, вооружении и т. д. Ведущий иронически вставляет реплику: «Про армию я бы не торопился», но не прерывает коммуниканта. Политолог задаёт вопрос касательно мнения гостя программы В. Жириновского о нынешнем внешнем политическом курсе России, который «скорее напоминает необдуманные авантюры».

В. Соловьёв, перед ответом участника комментирует озвученное мнение Х. Аль-Хури, приводя данные по поводу техники и науки; исходит из соглашения по плутонию. России понадобилось 242 млн, и ученые создали реактор, который утилизирует оружейный плутоний, а Америка уже потратила 77 млрд и запросила примерно столько же, потому что даже близко не понимает, как решить техническую задачу. Суммируя свои мысли, В. Соловьёв использует стратегию *порицания*, выраженную тактикой *иронии*: «Не спешите хоронить российскую науку и технику, которая порождает такие образцы вооружения и за такие деньги, что американцы смотрят в Сирии, и им «опасненько». Не спешите считать линейно».

Таким образом, ведущий выступает в качестве модератора, подготавливая почву для обсуждения и высказывая свою точку зрения с целью задавить оппонента и вызвать его на конфликт с коммуникантом, которому был адресован вопрос. В. Соловьёв использует различные стилистические и речевые приёмы для достижения поставленной цели, тем самым, реализуя одну из фронтальных стратегий.

Стратегической задачей ведущего как модератора является поддержание заинтересованности аудитории и активного обсуждения острых политических вопросов участниками дискуссии, которую нецелесообразно вести в мирном

направлении, поскольку однозначного мнения о проблемах подобного рода не бывает. Для достижения поставленной цели ведущий применяет конфликтные стратегии и достигает коммуникативного успеха путём их осуществления, поскольку В. Жириновский с большим удовольствием продолжает спор по линии, обозначенной ведущим программы.

С помощью наводящих вопросов и комментариев модератор понимает, какого мнения придерживается каждый участник программы, затем для привлечения зрителей ведущий провоцирует столкновение интересов для активного обсуждения вопроса, что привлекает больше участников (зрителей), поднимает рейтинг программы, а значит, создает успешную коммуникацию. Таким образом, коммуникативные квази-неудачи, возникающие посредством создания конфликта интересов, характерных для авторских телепрограмм, и являются фактическим коммуникативным успехом.

В выводе отметим, что коммуникативные неудачи возникают в процессе коммуникации спонтанно и объясняются различием коммуникативных намерений и целей собеседников, и, соответственно, неверным использованием коммуникативных стратегий и тактик. В то же время, в рамках медиадискурса, который характеризуется запланированной направленностью и обладает развлекательной функцией, направленной на создание ажиотажа среди зрителей, коммуникативные неудачи являются ключевым намерением большинства авторских телепрограмм, в т. ч. и ток-шоу. Следовательно, такие неудачи рассматриваются как результат успешной коммуникации, так как являются целью общения.

Библиографический список

1. Борботько Л. А., Желтухина М. Р., Пономаренко Е. Б., Репина Е. А., Ширяева О. В. Человек и его дискурс-5: театр, массмедиа, политика, бизнес: коллект. монография / Л. А. Борботько, М. Р. Желтухина, Е. Б. Пономаренко, Е. А. Репина, О. В. Ширяева. М. – Волгоград: ИЯ РАН; Принт-Терра Дизайн, 2017. 248 с.
2. Викулова Л. Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л. Г. Викулова, А. И. Шарунов. М.: АСТ Восток-Запад, 2008. 316 с.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: автореф. дис. ...докт. филол. наук / О. С. Иссерс. Спец.: 10.02.01. Екатеринбург, 1999. 29 с.

4. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация / Е. В. Клюев. М., 2002. 320 с.

5. *Кънева Н. К.* Интегральный подход к проблеме коммуникативных неудач: автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Н. К. Кънева. Тверь, 1999. 19 с.

6. *Мартынова Е. А.* Типология явлений коммуникативного дискомфорта в ситуациях диалога: дис. на соис. учён. степени канд. филол. наук. / Е. А. Мартынова. Орел, 2000. 192 с.

7. *Теплякова Е. К.* Коммуникативные неудачи при реализации речевых актов побуждения в диалогическом дискурсе (на материале современного немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. К. Теплякова. Тамбов, 1998. 17 с.

References

1. *Borbotko L.A., Zheltukhina M.R., Ponomarenko E.B., Repina E.A., Shirjaeva O.V.* (2017). Person and his Discourse – 5: Theater – Mass Media – Politics – Business: Collective monograph / M.R. Zheltukhina // VSSPU, IL RAS. – Moscow – Volgograd: IL RAS, PrinTerra-Design, 2017. 248 p. (in Russian)

2. *Issers O.S.* (1999). Communicative strategies and tactics of Russian speech / O.S. Issers // Ekaterinburg. 1999. 29 p. (in Russian)

3. *Klyuev E.V.* (2002). Speech communication / E.V. Klyuev // Moscow, 2002. 320 p. (in Russian)

4. *Kneva N.K.* (1999). Integrated approach to communicative failure / N.K. Kneva // Tver, 1999. 19 p. (in Russian)

5. *Martynova E.A.* (2000). Types of communicative discomfort within the dialogue / E.A. Martynova // Oryol, 2000. 192 p. (in Russian)

8. *Tepliyakova E.K.* (1998). Communicative failures during speech intention acts in dialogue discourse (based on modern German) / E.K. Tepliyakova // Tambov, 1998. 17 p. (in Russian)

1. *Vikulova L.G.* (2008). Theoretical framework of communication: practicum / L.G. Vikulova, A.I. Sharunov // Moscow, 2008. 316 p. (in Russian)