

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ АНГЛИЧАН ПРИ ПУБЛИЧНОМ ОБЩЕНИИ

PRAGMALINGUISTIC COMPONENT OF ENGLISH COMMUNICATIVE BEHAVIOR IN PUBLIC SPEECH INTERACTION

**A. Gersimova
E. Sereda**

Summary: The article deals with English communicative behavior in a TV entertaining discourse. Enlightening the peculiarities of a popular TV-show as well as the dominant characteristics of English traditional communicative behavior, it analyses communicative tactics for realization of the speaker's intention in the assessment statement. The research also reveals basic communicative schemes for an effective public communication.

Keywords: English communicative behavior, communicative strategy, communicative tactic, assessment, public discourse.

Герасимова Анастасия Сергеевна

к.филол.н., доцент, ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»

Nastasi_09@mail.ru

Серёда Елена

к.филол.н., доцент, ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»

Elena_sereda@mail.ru

Аннотация: В статье рассматривается коммуникативное поведение англичан в рамках телевизионного развлекательного дискурса. С учетом особенностей популярного телешоу, а так же доминантных характеристик английского традиционного коммуникативного поведения выделяются коммуникативные тактики, позволяющие реализовать интенцию говорящего при выражении оценочного суждения. Делается попытка объединить тактики в различные цепочки стандартных коммуникативно-стратегических действий, помогающих осуществить эффективное публичное общение.

Ключевые слова: коммуникативное поведение англичан, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, оценивание, публичный дискурс.

Не секрет, что коммуникативное поведение разных народов имеет свои специфические особенности. Это связано прежде всего с тем, что язык, будучи основным средством отражения мышления и культуры людей, в то же самое время формирует менталитет и ценности представителей данной социокультурной общности. Различия в коммуникативном поведении могут наблюдаться в жестах, мимике, визуальном контакте, речевой этикете и, шире, – коммуникативных приемах (стратегиях и тактиках), используемых для успешного достижения целей межличностного общения.

Сегодня вопрос о взаимодействии языка и культуры занимает одно из приоритетных мест в исследованиях отечественных и зарубежных ученых (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, И.А. Стернин, С.Г. Тер-Минасова, R. Scollon, H.N. Seely, A. Wierzbicka). Не менее актуальной является и проблема описания коммуникативных стратегий и тактик в различных типах дискурса (Д.Р. Аكوпова, И.Н. Борисова, Е.М. Верещагин, Е.Н. Зарецкая, О.С. Иссерс, Г.А. Копнина, О.Н. Паршина, В.В. Тулупов). В данной статье будут рассмотрены коммуникативная стратегия оценивания и ее тактики в публичном английском дискурсе с точки зрения традиционного коммуникативного поведения англичан. Материалом для исследования послужили оценочные высказывания членов жюри английского вокального телешоу "The Voice UK" (3 сезон). Этот телевизионный проект стал одним из самых популяр-

ных и любимых развлекательных шоу у британских телезрителей, тем самым определив значимость участвующих в ней персон (Kylie Minogue (Кайли Миноуг), will.i.am (Уилл.ай.эм), Ricky Wilson (Рики Уилсон) и Tom Jones (Том Джонс)) для формирования общественных вкусов, мнений и социальных норм современного коммуникативного поведения. Однако, прежде чем перейти к детальному анализу примеров, обратимся к традиционным доминантным чертам английского коммуникативного поведения.

Согласно И.А. Стернину, «доминантные черты коммуникативного поведения народа – это такие черты, которые проявляются в общении носителей данной коммуникативной культуры во всех или в большинстве коммуникативных ситуаций, вне зависимости от того, кто участвует в общении, в каких статусно-ролевых отношениях находятся между собой коммуниканты» [9, С. 36]. Так, для характеристики британской нации исследователь выделяет следующие доминантные черты коммуникативного поведения: 1) некатегоричность (избегание ответов «да» и «нет»; использование фраз «я думаю», «мне кажется», «возможно, я не прав, но...» и др.); 2) антиконфликтная ориентация общения (избегание споров, конфликтов, безапелляционных утверждений); 3) эмоциональная сдержанность; 4) высокая толерантность к молчанию; 5) невысокая громкость в общении; 6) немногословие; 7) высокий уровень самоконтроля в

общении; 8) бытовая вежливость (излишнее использование этикетных фраз «спасибо», «будьте любезны», «прошу прощения/извините»); 9) приоритетность фатического общения (общение ради общения – “small talk” для установления и поддержания контакта, для проведения времени); 10) жесткая тематическая регламентация общения; 11) высокий уровень доверия к словам собеседника; 12) отношение к языку как к важному показателю социального статуса говорящего (по акценту собеседника можно безошибочно определить его социальный статус, место жительства, образование, политические убеждения); 13) нелюбовь к изучению и использованию иностранных языков; 14) важность вербального обозначения социального статуса; 15) широкие возможности письменного общения в повседневной коммуникации; 16) коммуникативный оптимизм (стремление показать собеседнику, что у тебя все хорошо) [9]. Следует отметить, что вышеперечисленные доминантные черты британского коммуникативного поведения влияют на формирование английских стратегий и тактик в межличностном и публичном общении. Так, например, традиционное стремление употреблять большое количество этикетных фраз приводит к тому, что в рамках телешоу “The Voice UK” члены жюри нередко используют **тактику благодарности и тактику извинения**, стараясь быть излишне вежливыми по отношению к участникам проекта: “... *I should have done it // I know / I know / I am sorry about that // You did the whole thing and thank you // I'm sorry I didn't* //” (Tom Jones).

Для того чтобы воздействие на адресата было успешным, говорящий вынужден планировать свое коммуникативное поведение. Для человека, привыкшего анализировать собственную речь, стратегическое и тактическое прогнозирование своих высказываний – вполне естественный процесс. По мнению О.С. Иссерс, речевая стратегия – это комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей, а речевая тактика – это составляющая стратегии, одно или несколько действий, которые способствуют реализации общей стратегической задачи [6]. Важно подчеркнуть, что тактики обладают динамическим характером, их смена происходит быстро в течение всего коммуникативного акта, тем самым обеспечивается гибкость выбранной стратегии. Именно поэтому И.Н. Борисова определяет тактику как динамическое использование коммуникантами речевых умений в диалоге, конституирующих ту или иную стратегию [2].

Суть применения какой-либо тактики, а в целом, стратегии направлена на то, чтобы неким образом скорректировать модель мира и психологическое состояние адресата. Реализация речевой тактики происходит путем более мелких коммуникативных приемов – коммуникативных ходов. По мнению О.С. Иссерс, «характеристика коммуникативного хода определяется исходя из

его функциональной нагрузки в решении тактических и стратегических задач» [6, С. 125].

Рассматривая оценочность как коммуникативную стратегию в телепроекте “The Voice UK”, важно подчеркнуть, что данная стратегия особенно актуальна в ситуации принятия решения, ситуации выбора. Она помогает формировать сюжет всего телешоу, воздействует не только на участников телепроекта, но и на массового зрителя. Тактический арсенал стратегии оценивания варьируется в зависимости от условий речевой ситуации и, в частности, от того, готовы ли наставники принять конкурсанта в свои команды. В соответствии с этим все речевые ситуации телешоу разделяются на ситуации «согласия» и ситуации «отказа». В ситуации «согласия» основной функцией оценки становится похвала, в ситуации «отказа», наоборот, членам жюри приходится подчеркивать недостатки выступления участника. В связи с этим ситуация «отказа» предполагает больший коммуникативный риск и может привести к коммуникативной неудаче.

В рамках телеконкурса достижение стратегически значимого результата нередко требует выбора нескольких коммуникативных тактик, которые, будучи выстроенными в определенную цепь, продвигают говорящего к поставленной цели. То есть эффективность коммуникации во многом определяется последовательностью коммуникативных шагов, реализующих интенцию говорящего. Такую последовательность шагов можно рассматривать как своего рода «коммуникативно-прагматический синтаксис». Так, в ситуации «согласия» наиболее частотными оказались следующие коммуникативные схемы:

1. **восхищение** ⇒ **похвала** ⇒ **комплимент**
Kylie Minogue: *That was amazing! I loved your interpretation of that song // Ricky is charmed / look at him // He's just like (makes a pause): "I'm just thinking what I'm going to say to you //"*
2. **восхищение** ⇒ **комплимент** ⇒ **самопрезентация**
Sir Tom Jones: *You sang so beautiful that it got to me! You swept me off my feet / well / off my chair / whatever... // whichever way you call it // You have the most beautiful voice that has been on this show so far // So / unless you have something else to say / you are with me / and we are gonna be great together / believe me //*
3. **восхищение** ⇒ **самопрезентация** ⇒ **восхищение/комплимент** ⇒ **уговоры**
Ricky Wilson: *Now, it was amazing! And I'm not going to make a big deal about the fact you are 16 // I'm not going to make a big deal about the fact that you are from York / but here we have relates / you know // What I'm going to say is that I feel like I'm the closest to you artistically that anyone else here // And I bet / you print your own fliers / and I bet you sell your own tickets // And I know / you don't carry any guitar / but I can*

understand that and you are through (the competition) whatever is up and it's going to be amazing // And I'm looking forward to hearing your singing again // And I'm looking forward to hearing your singing when we are just in the song together //

4. **самопрезентация** ⇒ **комплимент/похвала/восхищение** ⇒ **самопрезентация**

will.i.am: *I was telling Ricky like: "Yo / hit the button!" But you sang wonderful / so it was like: "This singer is too good to let him walk // He needs to be on the show" // So it might: "You know what – forget it!" I think / you are supposed to be on my team because a lot of the work that I do in America is also I would hear in East London where you are from //*

5. **восхищение** ⇒ **самооправдание (перевод стрелок на другого наставника)** ⇒ **комплимент**

Ricky Wilson: *It was incredible! And I've got no good reason for not turning around // I'm glad you are with Tom // I think / like all of us // He's probably gonna show you the way // I think / it's amazing that you look like eighteen but you sound so / like / experienced // Yeah / I just think / you'll go a long way in this competition //*

Нетрудно заметить, что в каждой из пяти цепочек обязательно присутствует **тактика восхищения**, а также дополняющие ее **тактики похвалы** или **комплимента**. Этот факт можно объяснить тем, что данные коммуникативные приемы относятся к эмоционально настраивающим тактикам и обладают схожим пропозициональным содержанием, так как их основная коммуникативная цель в любом творческом телепроекте – отметить высокое качество выступления и тем самым вызвать симпатию, расположить к себе участника и, более того, зрителя. Кроме того, антиконфликтная ориентация общения, внимание к собеседнику – доминантная черта английского коммуникативного поведения и одна из стратегий английской вежливости.

С языковой точки зрения данные тактики выражаются посредством суперлативных прилагательных *"amazing", "the most beautiful", "wonderful", "incredible"*. «При помощи подобных прилагательных англичане реализуют характерную для их коммуникации стратегию переоценки» [9, С. 83]. Тем не менее, несмотря на такую тенденцию к лексической гиперболе и тот факт, что формат развлекательного телепроекта рассчитан на эмоциональный отклик аудитории, связанный с получением удовольствия, наслаждения и релаксации, английская речь в телешоу носит сдержанный и немногословный характер – при оценивании конкурсанта члены жюри не проявляют собственных эмоций и подмечают только то, что существенно для данной ситуации общения (интересный выбор песни, красивый голос, привлекательную внешность).

Нетрадиционной с точки зрения коммуникативного

поведения англичан становится **тактика самопрезентации** – в английском общении не приветствуется рассказывать много о себе. Однако в рамках телешоу такой коммуникативный прием связан с интенцией членов жюри не просто создать собственный неповторимый образ на экране, но и постараться найти точки соприкосновения с участником, тем самым расположив его к себе. Так, при оценивании наставники апеллируют к любимым песням и стилям, личному опыту, чувствам, мыслям, пожеланиям, знакомствам (*"I'm the closest to you artistically that anyone else here"; "you are supposed to be on my team because a lot of the work that I do in America is also I would hear in East London where you are from"*). Нередко тактика самопрезентации плавно переходит в **тактику уговоров**, цель которых побудить участника присоединиться к команде наставника: *"If you join my team / we are gonna to have so much fun // I think / you should go with me / don't go with Tom //"* (Ricky Wilson).

Что касается **тактики самооправдания**, заявленной в пятой схеме, то этот коммуникативный прием является по сути косвенным извинением в ситуации, когда наставник не готов пригласить исполнителя в свою команду. Именно поэтому такая тактика используется совместно с тактикой восхищения и комплимента, которые помогают сгладить неловкий момент недооценки таланта участника. Тем не менее, оправдываясь за свое поведение, члены жюри сохраняют спокойствие и невозмутимость, практически не выражают собственного огорчения из-за неправильно принятого решения, а, наоборот, подчеркивают, что команда другого наставника будет более подходящей для участника: *"It was incredible! And I've got no good reason for not turning around // I'm glad you are with Tom //"* (Ricky Wilson); *"I didn't turn around because Kylie Minogue turned around first... / but you and Ricky will be cool to / but Tom's a legend / you know //"* (will.i.am). Это еще раз доказывает тот факт, что для традиционного коммуникативного поведения англичан характерны высокий уровень самоконтроля в общении и коммуникативный оптимизм.

Стратегия оценивания в ситуации «отказа» чаще всего базируется на тщательном рациональном анализе выступления конкурсанта. Таким образом, базовой тактикой для данной ситуации становится **тактика объяснения причины отказа**. Действительно, неудачное исполнение музыкального материала конкурсантом – это одна из самых главных причин, по которой дальнейшее участие в проекте становится невозможным. А давать оценочное суждение, объясняя причины отказа, всегда коммуникативно оправдано. Обратимся к основным коммуникативным схемам:

1. **объяснение причины отказа** ⇒ **самопрезентация** ⇒ **извинение** ⇒ **самопрезентация**

Kylie Minogue: *Danielle / unfortunately / nerves are reality and nerves can be great – it becomes adrenaline*

// You do the things you even didn't know you could do sometimes // But here it can crash you and... / I don't think you've crashed, by the way, sorry... // Maybe / just a little bit more belief // And it happens to all of us //

2. **объяснение причины отказа** ⇒ **похвала/комплимент** ⇒ **объяснение причины отказа**

Ricky Wilson: *The energy was there but / maybe / you needed / a kind of / hold it back a little? You know / it's all about a game there – not throw it everything out from the start // I liked it / I didn't have it enough to press this (the button) //*

3. **самооправдание** ⇒ **комплимент/восхищение** ⇒ **самооправдание**

will.i.am: *I didn't know you were playing the piano / but now I feel like an idiot // You play the piano and you sing / and you are 16 // We all made a mistake... //*

Как видно из примеров, объясняя причину отказа, наставники не используют категоричных отрицательных оценочных коннотаций (ср. «исполнено *плохо*», «сделано *неверно*»), а наоборот при помощи **тактик самопрезентации, извинения, похвалы** или **комплимента** как будто пытаются оправдать конкурсанта. Такое коммуникативное поведение связано с тем, что в английской лингвокультуре, как уже это было отмечено ранее, не принято огорчать собеседника. Кроме того, «личная независимость, «проникновение» в которую строго возбраняется английскими коммуникативными нормами, сводит до минимума в английском общении такие речевые акты как Замечание, Критика, Угроза» [9, С. 82]. Если наставник все-таки хочет сделать замечание конкурсанту, то он/она делает это в мягкой, вежливой форме, открывая и завершая свое высказывание тактикой комплимента: *"You have a pure voice / you have a really / really strong pure voice // And I would have liked to have heard more of it with a simpler arrangement / and that's the only criticism that I have // But you have a beautiful voice with a beautiful tone //"* (Tom Jones).

Стоит подчеркнуть, что в ситуации «отказа» тактика самопрезентации работает в качестве коммуникативного приема, который отчасти снижает авторитет наставника («у тебя не получилось – я тоже неидеален»): *"May be / just a little bit more belief // And it happens to all of us //"* (Kylie Minogue); *"You've just been really / really nervous // It happens to a lot of us / you know //"* (will.i.am). Однако в рамках телешоу такое намеренное влияние на собственный имидж помогает наставникам добиться эффекта сближения с участником и зрителями телепроекта. В некоторых случаях тактика самопрезентации используется совместно с дополнительной **тактикой утешения**, которая выступает как средство выражения эмпатии: *"I just think / it didn't happen today but it doesn't mean that it won't come tomorrow // I have just learned from it // Just keep singing //"* (Ricky Wilson).

В ситуации «отказа» очень выигрышным психологически воздействующим ходом становится **тактика самооправдания**. При помощи нее у наставника есть возможность извиниться перед конкурсантом, оправдаться, а затем компенсировать свой промах посредством комплимента.

Интересен тот факт, что, оценивая выступление участника, наставники практически никогда не дают советы относительно того, как можно было бы исполнить музыкальный материал, исправить интонационные или технические недочеты в пении (среди всех отобранных примеров **тактика совета** встретила только один раз). Это связано с тем, что в английской лингвокультуре не принято давать советы, более того, «в английской коммуникации совет является «опасным» речевым актом, который может быть расценен как угроза независимости собеседника, его личной автономии» [9, С. 81].

Таким образом, анализ 87 развернутых высказываний (162 тактики в ситуации «согласия» и 63 тактики в ситуации «отказа») показал, что коммуникативное поведение членов жюри при публичном оценивании во многом зависит и от особенностей формата вокального телепроекта (оценивание производится с учетом факторов искренности, вежливости и такта при публичном общении; а также фактора «двойного адресата» – участники и зрители телепроекта), и от тех доминантных характеристик, которые формируют традиционное коммуникативное поведение всех англичан.

Интересен тот факт, что для ситуации «согласия» самым популярным коммуникативным приемом оказалась нетипичная для традиционного английского коммуникативного поведения тактика самопрезентации (27%). Прежде всего, это можно объяснить большим стремлением членов жюри всеми способами привлечь участника в свою команду, создать атмосферу конкуренции на телепроекте, ведь борьба за конкурсантов – это своеобразный элемент шоу. Кроме того, такое поведение продиктовано 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.

Помимо тактики самопрезентации, часто встречающимися тактиками в данном коммуникативном сюжете также оказались тактики восхищения (23%), комплимента (18%) и похвалы (14%), и это не случайно. При положительном оценивании выступлений участников восхищаться мастерством и сказать приятные слова не просто логично, но еще и этично. Кроме того, в английской лингвокультуре принято хвалить за способности, профессионализм и совершенные действия. Что касается комплимента, то этот коммуникативный прием является популярным речевым актом среди англичан, подчерки-

вающим интерес говорящего к собеседнику.

В ситуации «отказа» тактики комплимента (19%), похвалы (8%) и восхищения (3%) переходят в разряд компенсаторных. В данном коммуникативном сюжете они помогают избежать коммуникативных неудач и выразить отказ в приемлемой форме. Базовой тактикой для ситуации «отказа» стала тактика объяснения причины отказа (29%). Дело в том, что, объясняя причину отказа, наставник одновременно помогает участнику справиться с волнением, показывает свое расположение к исполнителю.

Говоря в общем, при выражении оценочного мнения члены жюри творческого телепроекта "The Voice UK" проявляют эмоциональную сдержанность и самоконтроль. Их суждения не отличаются многословием, носят категоричный характер (отсутствие крайних полюсов оценки – «хороший»/«плохой»; использование модальных конструкций "I think", "I can imagine", "I was hoping", "maybe", "you could" и др.) и ориентированы на антиконфликтное общение. Им также присущ коммуникативный оптимизм – стремление показать участнику, что все хо-

рошо. Наставники не дают советов и не критикуют, не перебивают друг друга, стараются быть излишне вежливыми, обязательно обращаются к участникам по имени, проявляют интерес к их происхождению (особенно явно это проявляется, когда наставник по акценту пытается угадать, откуда приехал конкурсант: "I was hoping Tom turned around / because I thought I knew straight when you were singing that you are / probably / from Wales // Ok // I was lying // There was nothing wrong with that / (concerning Wales) / I just knew there is no competition if / you know / the king of Wales is pitching against us //" (will.i.am)). Такое коммуникативное поведение еще раз доказывает, что перед зрителями находятся типичные представители англоязычной культуры. Что касается нетрадиционных коммуникативных приемов, то среди них можно отметить тактику самопрезентации и тактику уговоров (в английском общении не принято много обращать внимание на себя). Данные приемы обусловлены развлекательным жанром телепередачи. Они способствуют созданию позитивного имиджа говорящих – известных деятелей британской эстрады, что является одним из значимых компонентов концепции большинства телевизионных конкурсных шоу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аكوпова Д.Р. Стратегии и тактики политического дискурса [в:] А.В. Мартынов (ред.). – Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, Филология, №6 (1) – Нижний Новгород: Издательство Нижегородского государственного университета, 2013. – С. 403-409.
2. Борисова И.Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге [в:] Т.В. Матвеева (ред.). – Русская разговорная речь как явление городской культуры, Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 1996. – С. 21-48.
3. Верещагин Е.М. Речевые тактики «призыва к откровенности». Еще одна попытка проникнуть в идиоматику речевого поведения и русско-немецкий контрастивный подход [в:] Т.В. Гамкрелидзе (ред.). – Вопросы языкознания, №6, М: Наука, 1992. – С. 82-93.
4. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. – М., 1990. – 248 с.
5. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. – М., 2002. – 480 с.
6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: Издательство ЛКИ, 2012. – 304 с.
7. Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 176 с.
8. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России [в:] Власть и речь в СМИ: Научные доклады. – Саратов: Изд-во Сара тун-та, 2005. – С. 24-37.
9. Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Очерк английского коммуникативного поведения. – Воронеж, 2003. – 185 с.
10. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000. – 624 с.
11. Тулупов В.В. Коммуникативные стратегии в российской журналистике нового времени [в:] В.В. Тулупов (ред.). – Вестник ВГУ, Серия: Филология. Журналистика, №1, Издательство Воронежского государственного университета, 2005. – С. 197-211.
12. Scollon R. Intercultural Communication: A Discourse Approach / R. Scollon, S.W. Scollon. – Wiley-Blackwell, 2000. – 336 p.
13. Seelye Y. Ned. Teaching culture. Strategies for International Communication. – Lincolnwood, Illinois, 1993. – 336 p.
14. Wierzbicka A. Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction / A. Wierzbicka. – Berlin, 1991. – 502 p.

© Герасимова Анастасия Сергеевна (Nastasi_09@mail.ru), Серёда Елена (Elena_sereda@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»