

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ТОК-ШОУ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ТЕЛЕВИЗИОННОМ ТОК-ШОУ

И.А. Кузьмина
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

Проблемы коммуникации и коммуникативного воздействия являются сегодня достаточно актуальными по целому ряду причин. Несмотря на наличие значительного количества исследовательских работ в данной тематике вопросы изучения вербального поведения постоянно привлекают внимание лингвистов, которые концентрируют свой интерес на различных аспектах речевого взаимодействия. В этой связи ученые обращаются к любым типам дискурса, в том числе и массовой коммуникации. В настоящей статье мы ставим целью изучить реализацию стратегий и тактик речевого поведения коммуникантов в англоязычном ток-шоу.

Материал и методы. Материалом проведенного исследования послужили видеозаписи ток-шоу «BBC World Debate» за 2017 год (всего проанализировано 3 часа выступлений участников указанной телевизионной программы). В процессе работы с эмпирическим материалом использовались вариативные методы исследовательской работы: сплошной выборки материала, статистический метод и метод лингвопрагматического анализа.

Результаты и их обсуждение. В современной лингвистике не существует единой трактовки понятий стратегии и тактики речевого поведения. Чаще всего под этими терминами понимают определенные коммуникативно-когнитивные операции, реализующие речевое взаимодействие в соответствии с нормами и правилами конкретной дискурсивной практики. Исследование коммуникативных стратегий и тактик является одним из аспектов теории речевого воздействия. В большинстве случаев под речевым воздействием понимают речевое общение, рассматриваемое в аспекте его целенаправленности и мотивационной обусловленности. Любой акт общения мотивирован целью, которая в дальнейшем регулирует деятельность собеседника [1, с. 45].

В современной научно-исследовательской литературе представлены различные классификации стратегий и тактик речевого поведения. Выбор подходящей классификации зависит от авторского подхода, цели исследовательской деятельности, критериев выявления особенностей речевого поведения и т.д. Не вдаваясь в подробное обсуждение данных вопросов, отметим лишь, что в настоящей работе мы отталкиваемся от мнения О.С. Иссерс, в чьих трудах представлено несколько вариантов типологизации речевых актов в зависимости от используемых в них тактик и стратегий. В частности, ученая предлагает подразделять речевые стратегии и тактики на основные (семантические когнитивные) и вспомогательные. К основным, которые выделяются на основе наличия иерархии мотивов и целей, автор причисляет до 15 коммуникативных поведенческих стратегий и тактик. Анализ практического материала исследования позволил нам выделить в англоязычном ток-шоу следующие из них:

1) Чаще всего в своем речевом поведении участники телевизионной передачи используют стратегию вербального нападения (в научной литературе в качестве синонимичного используется также понятие дискредитации) (Strategy of Defamation). Целью данной стратегии можно назвать негативное воздействие не на слабые стороны аргументации оппонента, а напрямую на его личность [2, с. 56]. О значимости данной стратегии свидетельствует практический материал нашего исследования (среди выбранных примеров эта стратегия представляется наиболее распространенной (выявлено 137 соответствующих речевых акта):

Clinton: ...It's good that someone with temper of Donald Trump is not in charge of the law in our country;

Trump: Because you'd be in jail.

2) Далее по частотности использования коммуникантами (131 случай) следует тактика обвинения (Tactic of Accusation) разделяется на прямое и не прямое обвинение (Direct and Indirect Accusation). Выражение прямого обвинения происходит с помощью речевых актов утверждения отрицательного или отрицания положительного в качествах, действиях или суждениях адресата:

McCain: Obama, the chief person in the committee... to this day he has never had a hearing (прямое обвинение);

Mitt Romney: How in the world the president said no to the pipeline... I will never know (непрямое обвинение).

3) Очевидно, что формат ток-шоу подразумевает активную дискуссию между коммуникантами. При этом говорящий стремится поставить своего оппонента в неловкую ситуацию, представить большую значимость. В этой связи используются, например, тактика насмешки и оскорбления (Tactic of Scoff and Insult), которая зафиксирована нами (89 соответствующих высказываний, имеющих эксплицитный (явный), а при выражении насмешки – имплицитный (скрытый) характер):

McCain: to trade free with Colombia is a no-brainer... but maybe you could understand it better.

4) Достаточно активно участники ток-шоу прибегают (78 позиций в исследованном материале) и к использованию тактики разоблачения (Tactic of Disclosure), которая классифицируется на субтактики:

а. указания на связь с негативом (Revealing of negative links) (*Interviewer: How you could describe the main downgrades of Obama's first term?*);

б. указания на обман (Revealing of lie) (*Mitt Romney: ... what's happened... with some legislation... that's been passed during the president's term... you've seen regulation become excessive... and it hurt the economy*).

5) Высокой частотностью отличается и тактика обозначения виновного (Tactic of Designation of the guilty) и контробвинения (Tactic of Reverse Accusation) (обнаружено 58 речевых высказываний). Следует отметить, что чаще всего данный вид коммуникативной тактики является имплицитным:

McCain: ... they were getting all kinds of money in campaign contributions. Senator Obama was the second highest recipient of Fannie mae and Freddie Mac money;

Obama: I never promoted Fannie Mae and Freddie Mac money. In fact Senator McCain's campaign was a lobbyist on behalf of Fannie Mae not me.

6) Количественные показатели использования тактики несогласия с обвинением (Tactic of Disagreement with Accusation) практически соответствуют общему количеству тактик обвинения (56 позиций):

Romney: no one knows ... what kind of treatment people can have after the bill passes?

Obama: ... health care experts, doctors... figure out how we can reduce the cost of care in the system.

Закключение. Количественный и качественный анализ фактического материала исследования показал, что в современном англоязычном телевизионном ток-шоу участники используют различные стратегии и тактики речевого поведения. Чаще всего коммуниканты прибегают к дискредитации, то есть вербальному нападению на оппонентов (25% проанализированных речевых высказываний), и обвинению (23,8%). Менее частотными являются насмешка и оскорбление (16,1%). В 14,1% случаев участники ток-шоу стараются представить зрителям информацию, разоблачающую какие-либо деяния. Сопоставимыми в количественном аспекте представляются также тактика обвинения (10,6%) и несогласия с ним (10,4%).

1. Залегдинова, А.Р. Коммуникативные стратегии и тактики в дискурсивном пространстве ток-шоу : автореф. дис. ... канд. фил. наук / А.Р. Залегдинова ; Казань, 2013. – 30 с.
2. Иссерс, О.С. Речевое воздействие / О.С. Иссерс. – Омск : Флинта : Наука, 2009. – 224 с.

ВЕРБАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ДЖ. КЕННЕДИ

*В.Н. Ланехо
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

Речевой портрет не новая проблема для лингвистической теории, которой накоплен достаточно серьезный опыт научного обоснования значимости данного аспекта в изучении языковой личности. Однако прикладной потенциал исследований в этой области является далеко не исчерпанным, что связано с необходимостью разрешить целый ряд проблемных вопросов в сфере коммуникативной лингвистики, когнитивистики и прагматике текста. Считается, что описание