

## ЛИНГВИСТИКА

УДК 808.5

DOI: 10.17223/19986645/43/1

**И.К. Айтенова, Л.А. Балобанова (Золотарева)**

### **РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ РАДИОВЕДУЩЕГО В СИТУАЦИЯХ КОММУНИКАТИВНОГО ДИСКОМФОРТА (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ ИНФОРМАЦИОННО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ВЕЩАНИЯ)**

*В статье анализируется речевое поведение радиоведущего в ситуациях прогнозируемого и непрогнозируемого коммуникативного дискомфорта. Объектом исследования является речь радиоведущих центральных радиостанций и их гостей в рамках информационно-развлекательных программ. Под коммуникативным дискомфортом авторы понимают ситуацию, которая характеризуется чертами, затрудняющими реализацию тех или иных коммуникативных намерений и/или ожиданий участников. Все ситуации коммуникативного дискомфорта авторы разделяют на непрогнозируемые и прогнозируемые.*

*Ключевые слова: речевое поведение радиоведущего, коммуникативный дискомфорт, тактики, стратегии.*

В последние годы особую актуальность приобрели работы, посвященные исследованию речевого взаимодействия в различных сферах публичной деятельности человека, среди которых большое внимание уделяется политическому дискурсу, выявлению новых тенденций в печатных СМИ, в интернет-коммуникации, возрос интерес исследователей к анализу теле- и радиоречи. Радиокоммуникация становится объектом исследования в аспекте речевых жанров [1–4], коммуникативных способов организации радиодискурса [5]. Большой интерес представляет исследование моделей взаимодействия автора и адресата [6], в том числе с точки зрения успешности и неуспешности речевого общения [7]. Актуальность исследований радиоречи связана с происходящими изменениями в стратегиях и тактиках речевого поведения участников радиокоммуникации. По словам Л.И. Ермоленкиной, «фактором существенного изменения структуры речевой стратегии внутри дискурса становится, прежде всего, возрастание роли интерактивной журналистики, воспринимаемой как основной способ привлечения внимания аудитории и вовлечение ее в собственное дискурсивное пространство» [6]. Среди наиболее заметных изменений в современной радиокоммуникации отмечаются возросшая спонтанность речи, уменьшение ее аргументированности, снижение официальности, возрастание субъективной оценки, влияние бытовой сферы и другие факторы. Всеми исследователями замечено увеличение доли развлекательного радиовещания. Именно установка на развлечение радиослушателей является причиной появления большого количества экспрессивной составляю-

щей в речи радиоведущего. Как пишет П.Н. Босый, «бытующее мнение о фатической речи как о разговоре «ни о чем» нельзя применить к радиоречи, поскольку любое общение в радиоэфире имеет содержательный компонент, причиной чему становится ориентация на массовую аудиторию» [7. С. 66].

Речевое поведение радиоведущего в изменившихся условиях радиокommunikации представляет интерес в аспекте исследования коммуникативных неудач, возникающих в радиоэфире, способов их предотвращения и стратегий выхода из коммуникативного дискомфорта. В нашей работе *речевое поведение* мы вслед за В.И. Карасиком понимаем как совокупность осознанных или неосознанных поступков, которые отличают речь и речевые реакции говорящего и раскрывают его характер [8. С. 24]. Анализ речевого поведения радиоведущего в данной статье ограничен рассмотрением речевых стратегий и тактик в ситуациях коммуникативной неудачи. Материалом для наблюдения послужили записи более 20 передач радиостанции «Маяк» за последние 6 лет, что составило около 14 часов эфирного времени.

Коммуникативной неудачей мы считаем недостижение говорящим (в данном случае радиоведущим) своей коммуникативной цели. Важным понятием для нас также является *коммуникативный дискомфорт*, т.е. ситуация, в которой присутствуют черты, «затрудняющие реализацию тех или иных коммуникативных намерений и/или ожиданий участников» [9. С. 67]. Коммуникативная неудача является результатом неуспешной коммуникации, в основе которой лежат неправильно выбранные языковые средства или тактики и стратегии говорящего, отрицательное действие которых можно проследить на стадии коммуникативного дискомфорта.

По мнению Е.М. Мартыновой, коммуникативный дискомфорт может быть обусловлен личностными особенностями коммуникантов, обстоятельствами общения, вербализацией и пониманием, трудностями достижения коммуникативной и практической целей, а также может быть связан с нарушением принципа коммуникативной контактности [10]. Так как причины коммуникативного дискомфорта совпадают с причинами коммуникативных неудач, в нашей статье мы рассматриваем их в комплексе.

Попытки классифицировать коммуникативные неудачи принадлежат многим исследователям. Так, в работе О.П. Ермаковой и Е.А. Земской «К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного русского диалога)» авторами выделяются три основные причины коммуникативных неудач: особенности языковой системы; различия говорящих; прагматические факторы [11]. Несколько иная классификация представлена Л.Л. Славовой, которая рассматривает коммуникативные неудачи *языкового характера, речевого характера* (нарушение постулатов П. Грайса), лингвокогнитивного и паралингвистического характера [12].

В работе П.Н. Босого «Современная радиоречь в аспекте успешности / неуспешности речевого взаимодействия» детально анализируются коммуникативные неудачи, порождаемые устройством языка на лексическом, синтаксическом и фонетическом уровнях, а также неудачи речевого характера, к которым относятся: разное понимание форм выражения вежливости, ошибки в идентификации собеседника, нарушение принципа корректности [7].

В данной статье также приводятся языковые, речевые и когнитивные факторы, вызывающие коммуникативный дискомфорт. Все ситуации коммуникативной неудачи рассматриваются нами в аспекте прогнозируемости / непрогнозируемости.

К непрогнозируемым мы относим те коммуникативные ситуации, в которых коммуникативные сбои возникают стихийно в результате неверно выбранной тактики или ее лексико-семантических составляющих, что приводит к неожиданной реакции собеседника на реплику говорящего. Ведущий, обнаружив свою ошибку, как правило, ищет выход из сложившейся ситуации, чтобы избежать коммуникативного конфликта. Как справедливо отмечено в работе Л.П. Семененко, «дискомфортная ситуация не всегда завершается коммуникативной неудачей; наоборот, осознавая дискомфорт, коммуниканты начинают искать способы его преодоления, что приводит к выходу из коммуникативных неудач... неосознание участником коммуникации неудачи приводит к ощущению мнимого благополучия коммуникации, что влечет за собой новые коммуникативные неудачи» [9. С. 71–72].

В прогнозируемых коммуникативных ситуациях, где дискомфорт в общении провоцируется преднамеренно, радиоведущий для максимального раскрытия собеседника намеренно выбирает те тактики, которые могут, например, скомпрометировать гостя или поставить мнение ведущего в оппозицию мнению своего собеседника. Такой выбор стратегии всегда рискован, он может привести не только к коммуникативному дискомфорту собеседника, но и к конфликту, однако в последние годы он является одной из ведущих тенденций современного речевого поведения радиоведущих.

Рассмотрим наиболее типичные причины возникновения ситуаций коммуникативного дискомфорта в речевом поведении радиоведущих и способы их преодоления. Данный перечень не является конечным, однако, на наш взгляд, он отражает современные тенденции в речи радиоведущих. Следует также заметить, что способы выхода из дискомфортной ситуации могут быть различными и, как правило, не соотносятся с определенными причинами. Именно поэтому при анализе коммуникативных ситуаций применялся комплексный подход, включающий одновременное представление причин и способов их преодоления.

### **Непрогнозируемые коммуникативные неудачи**

Коммуникативные неудачи, как было указано выше, могут быть вызваны различными факторами: языковыми, речевыми, когнитивными. В некоторых случаях они накладываются друг на друга и тем самым углубляют коммуникативный дискомфорт.

1. Среди **языковых причин**, вызывающих непрогнозируемые коммуникативные неудачи, наиболее частотными, на наш взгляд, являются внутриязыковая омонимия и употребление сниженной лексики.

1) Чаще всего коммуникативные неудачи возникают из-за непонимания собеседников, которое может быть вызвано внутриязыковой омонимией. Применительно к радиоречи по степени частотности омонимичных совпадений среди существительных П.Н. Босый выделяет *омонимичные имена собственные* [7. С. 118]. К существующим примерам мы можем добавить случай омонимии имени прилагательного. Так, в приведенном ниже отрывке имя

прилагательное *синяя* выступает в функции фамилии, что не распознается гостем программы. Причиной отчасти является возможный пропуск конструктивного компонента (*ее зовут* или *ее фамилия*). Следует отметить, что подобный эллипсис очень характерен для разговорной речи.

(14.05.2010 19:05 Шоу «По-Большому». Ведущие: Лена Батинова и Максим Ковалевский. Гость студии: актёр Александр Носик).

Носик: *Особенно в нарисованном «Аватаре» / хорошо я был бы лианой слева.*

Батинова: *Кстати / вот эта актриса / которая снималась в «Аватаре» Синяя.*

Носик: *В каком смысле // синяя?*

Ковалевский: *Ну это известная Синяя // это фамилия.*

Батинова: *Не та // которая пьет.*

Ковалевский: *Маргарита Синяя.*

Батинова: *Очень популярная / между прочим / она первая в рейтингах // Люди любят ее очень // нравится всем.*

Коммуникативный дискомфорт вызывает прилагательное *синяя*, в данном контексте оно имеет три значения. Первое – это прямое значение прилагательного, обозначающего цвет: в фильме «Аватар» кожа героев, жителей планеты Пандора, была синего цвета, однако, если учесть тот факт, что такой цвет кожи имели почти все герои, у гостя возникло непонимание, кого конкретно имеют в виду. Такое непонимание отражается в интерпретационном вопросе: *В каком смысле?* Ведущий Ковалевский разъясняет информацию коллеги, добавляя необходимые конструктивные элементы: *это фамилия, Маргарита Синяя*. С целью контроля верного восприятия информации ведущая Лена Батинова также применяет тактику разъяснения, которая устраняет лексическую омонимию: *это не та, которая пьет*. В таком контексте прилагательное *синий* имеет значение *пьяный*. Данное значение на сегодняшний момент зафиксировано Л.А. Захаровой, В.А. Шуваевой в «Словаре молодёжного сленга», выполненном на материале лексикона студентов Томского государственного университета 2014 г., с пометой «пренебрежительный, шутивно-ироничный» и употребляется только в разговорной речи [13. С. 98].

Ведущей тактикой устранения непонимания в таком типе коммуникативной неудачи является тактика разъяснения. Разъяснение необходимо потому, что ведущий должен учитывать отсутствие нужных фоновых знаний у слушателей и гостя программы, поэтому такая тактика может применяться не только при устранении коммуникативной неудачи в случае многозначности слова, но и в других случаях, вызывающих коммуникативные затруднения, например, при определении выбора темы передачи или в ситуации неправильного восприятия собеседником коммуникативного намерения говорящего.

2) К коммуникативной неудаче участников радиокоммуникации часто приводит неуместное использование разговорной экспрессивной лексики сниженной окраски. Несоблюдение норм речи, к сожалению, является типичной чертой современного радиовещания. Данная тенденция вызвана многими факторами, среди которых можно выделить отсутствие цензуры, установку на развлекательность радиовещания, ориентированность на массовую ауди-

торию, предполагающую общедоступность речи и отступление от языковых норм; увеличение категоричности, оценочности высказывания в ущерб информативности, а также случаи дискурсивной избыточности.

Использование экспрессивной сниженной лексики нельзя рассматривать как чисто языковые причины коммуникативной неудачи, ведь данная лексика является средством выражения оценки. Таким образом, мы наблюдаем несовпадение взглядов ведущего и гостя на определенный предмет речи, что относится уже к когнитивным факторам. В качестве примера предлагаем рассмотреть беседу радиоведущих и гостя программы о семье Л.Н. Толстого.

(30.03.2010 16:05 Шоу «Центральный комитет». Ведущие: Тутта Ларсен и Вадим Тихомиров. Гость: писатель, литературный критик, исследователь творчества Л.Н. Толстого Павел Басинский).

Тихомиров: *И когда Софья Андреевна сделала последний **втык** Льву Николаевичу?*

Басинский: *Вы знаете / здесь о **втыке** говорить не совсем правильно // Софья Андреевна в это время находилась в очень / мягко говоря / сложном психологическом и даже психическом состоянии / безусловно.*

Ларсен: *В общем / он ее тоже **довёл** в принципе.*

Басинский: *Может быть да // Действительно непростая жизнь // Она родила 13 детей...*

Тихомиров: *Она рожала-рожала / терпела от него все эти **измывательства**.*

Басинский: *Ну / это не совсем правильно/ ну какие **измывательства**?*

Тихомиров: *Ну / я **образно**.*

Реплика-выявление собеседника здесь о **втыке** говорить не совсем правильно является показателем коммуникативного дискомфорта, вызванного неудачным употреблением первым ведущим экспрессивного разговорного выражения *сделать втык*. Второй ведущий, пытаясь смягчить категоричность высказывания коллеги и снять коммуникативный дискомфорт, использует тактику солидаризации с гостем. В приведенном примере для тактики солидаризации характерны рефлексивы сомнения *в общем, в принципе: В общем // он ее тоже довел в принципе //*, при помощи которых снижается категоричность высказывания коллеги. Предложенный ведущей вариант со словом *довел* не является таким категоричным и, судя по реакции, устраивает собеседника. Однако общая тональность разговора, перевод его из интеллектуальной беседы в бытовое русло, смена языкового кода (использование парафраза для переформулирования высказывания гостя в адрес простого радиослушателя), нарастающая категоричность оценки *сделала втык – он ее довел – терпела измывательства*, – все это служит для создания дискомфортной ситуации для гостя программы.

Неосознание первым ведущим ситуации как дискомфортной и продолжение диалога в категоричном тоне лишь усугубляют дискомфорт, это вынуждает гостя вторично указать на неуместность выражения «терпеть измывательства» по отношению к семье Льва Толстого. Второй причиной коммуникативного конфликта в данной ситуации, по нашему мнению, могло стать несовпадение представлений коммуникантов о многодетной семье, т.е. данная коммуникативная неудача обусловлена также когнитивным фактором.

Традиционно в христианской русской культуре иметь большую семью считалось нормой, и семья Л.Н. Толстого не являлась исключением. Возможно, по мнению ведущего (Тихомиров), многодетная мать представляет собой несчастную, измученную, уставшую женщину, поэтому он называет рождение такого большого количества детей *измывательством*. В толковом словаре Д.Н. Ушакова слово *измывательство* помечено как *разговорное, фамильярное* и толкуется как *издевательство, злостная насмешка* [14]. Таким образом, избыточная оценочность высказывания приводит к дискомфорту. В целях устранения коммуникативного дискомфорта ведущий применяет тактику оправдания, снимающую категоричность суждения: *Ну / я образно*. Лексико-семантическим показателем такой тактики в данном примере является частица *ну*, смягчающая категоричность.

В радиоэфире могут возникать случаи неуместного употребления экспрессивной лексики не только ведущим, но и гостем. Примером этому может служить выступление актера Ивана Охлобыстина в эфире «Маяка», в котором он рассказывает о том, что, будучи священником, он играл беса. Дав понять всем радиослушателям, что многочисленные вопросы на религиозную тему его раздражают, гость употребляет грубое, экспрессивное, бранное устойчивое выражение, ставя радиоведущего в затруднительное положение.

(22.04.2010 13:05 «Дневное шоу Антона Комолова и Ольги Шелест» – разговор о сериале «Интерны». Ведущие: Антон Комолов и Ольга Шелест. Гости программы: актер и сценарист Иван Охлобыстин и продюсер Вячеслав Дусмухаметов.)

Охлобыстин: *С позиции авторитета 44 лет из радиостанции / из студии радиостанции «Маяк» отвечаю всем / кто будет задавать мне религиозные вопросы // Не задавайте / я уже ответил // воспользуйтесь интернетом // В ином случае я буду считать это личным оскорблением / и соответственно / идите в задницу.*

Шелест: *О / как нам повезло! // А представляешь / если бы это было до нас на какой-нибудь другой радиостанции.*

Охлобыстин: *Потому что это просто оскорбительно / все время отвечать / перед кем-то оправдываться.*

В случаях применения экспрессивной лексики гостем программы ведущий, ориентируясь на массовость адресата, на различный возраст слушателей, применяет тактику смягчения категоричности высказывания гостя, используя приём шутки: *О / как нам повезло!* В свою очередь, автор бранного выражения, Охлобыстин, также смягчает ситуацию, аргументируя причину своего речевого поведения и психологического состояния.

Таким образом, случаи омонимии и употребление экспрессивной сниженной лексики выходят за рамки чисто языковых причин, поэтому нуждаются в рассмотрении в комплексе с когнитивными, психологическими причинами.

2. К **речевым факторам**, вызывающим коммуникативный сбой, можно отнести нарушение принципа корректности высказывания, этикетных норм и случаи неправильной идентификации лица.

1) Рассмотрим ситуации нарушения принципа коммуникативной корректности при характеристике физических особенностей и оценке деятельности собеседника.

А) Нарушение корректности при характеристике физических особенностей человека.

(02.06.2010 19:05 Шоу «По-Большому». Ведущие: Лена Батинова и Максим Ковалевский. Гости: Александр Невский, Оксана Сидоренко – чемпионка мира по бальным танцам.)

Ковалевский: *Александр / какой вы все-таки шкаф! // Ну это вообще / что-то невероятное!*

Батинова: *Макс умеет делать комплименты.*

Ковалевский: *Оксана небось / хрустела в ваших руках / Нет?*

Александр Невский: *Вы имеете в виду в какой момент?*

Ковалевский: *Ну в момент танцев / разумеется.*

Оксана Сидоренко: *Я не пострадала вообще нисколько.*

Невский: *Спасибо вам огромное / А я пострадал – я похудел на 12 килограммов.*

Батинова: *Это хорошо для вас или плохо?*

Ковалевский: *То-то вы осунулись / я смотрю.*

Невский: *Вы только что сказали / что я огромный как шкаф / одну минуточку!*

Ковалевский: *Одно другого не исключает // Шкаф тоже может осунуться.*

В данной ситуации использование приема шутки радиоведущими выглядит вполне оправданным, так как особенностью подобных радиопередач является направленность на развлечение. Первый ведущий, устанавливая контакт с гостем, задает дружеский тон беседе, сделав комплимент внешнему виду собеседника в виде шутки: *вы все-таки шкаф*. Шуточное восприятие достигается благодаря использованию частицы *все-таки*, подчеркивающей скрытую противоречивость. С одной стороны, ведущий делает комплимент, любясь широкими плечами гостя, с другой – он не может подобрать другого нужного слова, способного выразить полноту восхищения, кроме слова *шкаф*. Второй ведущий, заметив некорректность высказывания, смягчает категоричность коллеги, также прибегая к приему шутки: *Макс умеет делать комплименты*. Такое высказывание дает настрой на шутливое восприятие высказывания коллеги, так как несет в себе имплицитную информацию отрицания.

Реплики-выявления *Вы имеете в виду в какой момент // и Вы только что сказали / что я огромный как шкаф / одну минуточку!* тем не менее показывают, что выбранная ведущим стратегия обсуждения физических качеств гостя программы является неэффективной и создает предпосылки для возникновения дискомфорта.

Б) Нарушение корректности при оценке деятельности человека.

(07.04.2008 12:05 «Дневное шоу Антона Комолова и Ольги Шелест»; разговор о новом сериале «Две сестры» на телеканале «Россия». Ведущие: Антон Комолов и Ольга Шелест. Гость программы: актер Александр Дьяченко.)

Комолов: *Александр / одна из главных или главная роль? // Вообще / там есть какое-то деление? // Я знаю / что сейчас снимают и фильмы и сериалы / когда умышленно 8 главных персонажей.*

Дьяченко: *Какой же артист в здоровом уме вам признается / что он не самый главный?! // Конечно /самый главный.*

Комолов: *Нам тоже приятно / что у нас в гостях исполнитель самой главной роли в этом сериале.*

В данной ситуации ведущий, зная, что его собеседник является исполнителем главной роли, задает ему провокационный вопрос: *одна из главных или главная роль*. На некорректность указывает реплика-реакция собеседника, выражающая эмоциональное отношение к высказыванию: *какой же артист в здоровом уме признается, что не самый главный?!*

Пытаясь исправить положение, ведущий прибегает к тактике солидаризации с собеседником: *у нас в гостях исполнитель самой главной роли в этом сериале*. В данной фразе представления гостя студии радиослушателям звучит шутливое (возможно, даже ироничное) соглашение с гостем. Таким образом, использование приема шутки помогает ведущему выйти из состояния дискомфорта и продолжить передачу.

2) К коммуникативной неудаче, вызванной речевыми факторами, относится несоблюдение правил речевого этикета, а точнее, принципа вежливости, сформулированного Г.П. Грайсом. Принцип вежливости – это принцип *взаиморасположения говорящих* в коммуникации [15. С. 208–226]. Соблюдение принципа вежливости создает среду позитивного взаимодействия, обеспечивает благоприятный фон для реализации коммуникативных стратегий. Нарушением данного принципа может являться фамильярное отношение ведущего к собеседнику. Часто, пытаясь снять коммуникативное напряжение в беседе, радиоведущие позволяют себе обращаться фамильярно не только к знакомым гостям, но и к гостям, находящимся в первый раз в студии.

(23.09.2015 9:00 Передача «В гостях у Сергея Стиллавина и его друзей». Ведущие: Сергей Стиллавин, Рустам Вахидов. Гость: директор лагеря-санатория «Артек» Алексей Анатольевич Каспржак.)

Стиллавин: *Сегодня к нам в гости приехал сквозь пробки / потому что / оказывается / в Севастополе по утрам очень сильно напряженный трафик // Алексей Анатольевич Каспржак // Алеш / можно вот так?*

Каспржак: *Можно / Алексей.*

Стиллавин: *Алексей / да / по-простому // Директор международного лагеря «Артек».*

В данной ситуации употребление фамильярной формы обращения *Алеш* является ничем не обусловленным. Ведущий, желая соблюсти речевой этикет, спрашивает разрешения у собеседника называть его краткой формой имени, однако собеседник (Каспржак) корректирует ведущего и предлагает ему альтернативную, более комфортную и соответствующую официальной ситуации форму имени: *Алексей*. Чтобы предупредить возможный коммуникативный дискомфорт, ведущий соглашается с поправкой собеседника, однако вскоре вновь возвращается к употреблению фамильярного обращения *Леш* и на ты:



Стиллавин: ...**Алексей** как раз заступил на свою должность полтора года тому назад // **Леш** / расскажи как начиналась эта работа?

Вахидов: *И в каком состоянии полтора года назад сам лагерь находился?*

Каспржак: **Ну / во-первых / добрый день.**

Стиллавин: **Добрый день / да.**

Каспржак: *Мне кажется // что мне вообще можно было бы не приезжать // Поделившись впечатлениями / вы бы могли вполне себе спокойно на самом деле / передать точную эмоцию / потому что мои эмоции / они все-таки наполнены временем / наполнены пониманием того...*

Стиллавин: *Алексей / так нам как раз интересны внутренние процессы / задачи / желание / что сделать / потому что внешнее ощущение / оно вот такое.*

Заметив оговорку, ведущий снова возвращается к установленному собеседником имени, поэтому в данном случае коммуникативного сбоя не возникает.

Кроме фамильярного отношения, ведущими нарушен еще один пункт речевого этикета – гостю не дают возможности поприветствовать собеседников и радиослушателей. Каспржак поправляет ход беседы, возвращая ведущих в рамки речевого этикета, что приводит коммуникацию к неудаче: на конкретно заданный вопрос *И в каком состоянии полтора года назад сам лагерь находился* звучит *Ну, во-первых, добрый день*. В результате нарушения речевого этикета радиоведущим возникает ситуация эмоциональной неудовлетворенности гостя, который не только не отвечает на вопрос, но и считает ненужным своё присутствие в студии: *Мне кажется, что мне вообще можно было бы не приезжать*, аргументируя тем, что ведущие вдвоем могут сами поделиться впечатлениями.

Пытаясь снять коммуникативный дискомфорт и наладить контакт, ведущие применяют тактику солидаризации. Тактика солидаризации направлена на создание впечатления общности взглядов, интересов, устремлений: *так нам как раз интересны внутренние процессы / задачи / желание / что сделать...* Используя такую тактику, радиоведущие преследуют следующие намерения: показать собеседнику уважение, свою заинтересованность в мнении собеседника, а также выразить понимание и согласие с его мнением. Таким образом, выход из коммуникативного затруднения найден.

В тех случаях, когда гостя студии и радиоведущего связывают дружеские отношения, использование фамильярного обращения не приводит к коммуникативному сбою.

(23.09.2015 16:00 «Большое интервью Алёны Яковлевой». Ведущий: Алексей Весёлкин. Гость студии: актриса Алёна Яковлева.)

Весёлкин: *Алёна Яковлева / Народная артистка страны // Привет Алён!*

Яковлева: *Привет.*

Весёлкин: **Мы будем говорить на «ты» / потому что чего скрывать / бессмысленно.**

Яковлева: *Да / скрывать тут / в общем / бессмысленно абсолютно.*

Весёлкин: *Заканчивали одно учебное заведение / театральное училище имени Щукина // в тот момент когда нам казалось / такое впечатление / что мы не ошибаемся / что оно олицетворяло / ну прямо такой / некий театральный свет.*

Яковлева: *Ну / так и было.*

Для речевого поведения радиоведущих характерен так называемый «двойной стандарт»: для слушателей всегда озвучиваются имя и фамилия гостя, иногда полностью, включая отчество, а в беседе ведущий стремится перейти на более непринужденную форму общения. В данном примере ведущий в начале беседы для предупреждения возможного возникновения дискомфорта гостя дает установку на дружеский тон беседы, применяя личное местоимение второго лица, единственного числа *ты* и краткую форму имени – *Алён*, такое обращение является вполне оправданным, поскольку ведущий в дальнейшем указывает причину, позволяющую подобное обращение, – совместное обучение в вузе. Таким образом, возможный коммуникативный дискомфорт может быть предотвращен, если гость соглашается на предложенное обращение, если же нет, ведущий должен принять условия собеседника.

3) Коммуникативным сбоем может служить неверная идентификация лица, имеющего сходную фамилию.

(29.11.2011 18:05 Шоу «Центральный комитет». Ведущие: Тутта Ларсен, Ружейников. Гость: режиссер Алексей Герман-младший.)

Герман: *А это означает / что нет запроса в те же вузы готовить лучшие актеров // У нас же актеры хуже / чем 20 лет назад // У нас уже нет Папанова / Миронова / Леонова и так далее // Почему?*

Ружейников: *Поздравляем Миронова / ему сегодня 45.*

Герман: *Да я Андрея имел в виду.*

Ружейников: *Ну конечно.*

В данной ситуации разговор ведется о проблеме современной подготовки актеров и гость программы ставит в пример актеров старой школы, на что указывают фразы *20 лет назад* и *У нас уже нет...* Невнимательность ведущего к собеседнику и поздравление актера Евгения Миронова с юбилеем приводят к коммуникативному сбою, на что указывает ответная реплика-реакция гостя программы *Да я Андрея имел в виду*. С психолингвистической точки зрения спонтанная реплика ведущего могла быть вызвана ассоциацией с другим актером Мироновым, у которого в этот день отмечался юбилей, и ведущий решил воспользоваться случаем и поздравить его в эфире, не задумываясь о неуместности данного поздравления. Подобные факты характерны для спонтанной разговорной речи. В данной ситуации, получив указание на ошибку, ведущий незамедлительно реагирует, используя тактику единения. Лексико-семантическим показателем данной тактики является лексема *конечно*, выражающая согласие с собеседником, которое психологически воздействует на адресата (гостя) и приводит его к мысли о том, что его понимают, и беседа возвращается в прежнее русло.

3. Среди **когнитивных** причин, вызывающих коммуникативный сбой, можно назвать неправильное восприятие собеседником коммуникативного намерения говорящего, а также нежелание говорить на определенные темы.

1) Коммуникативное намерение может быть неправильно воспринято как гостем, так и ведущим передачи. Как правило, для выхода из затруднения применяются одинаковые тактики: разъяснения и уточнения.

(07.06.2014 13:00 «Воскресный папа». Ведущий: Вадим Тихомиров. Гость: актер Анатолий Белый.)

Тихомиров: *А теперь скажите мне / талантливый актер Анатолий Белый / как вы согласились сниматься в этом сериале про Любовь Орлову и Григория Александрова?*

Белый: **Вопрос «как?» / в себе что подразумевает? // Сколько это стоило?**

Тихомиров: *Нет / зачем / это налоговая служба // Я к тому / что совсем недавно адвокат Добровинский сообщил всему миру / что он выкупил архивы Любови Орловой и Григория Александрова / и честный / рассказал всю правду / ну / видимо / советскому народу / которому интересно это в большей степени / как они жили и так далее //* ...

*...И я думаю / а что тебя купило в этом образе / в этой роли / в этом сериале / который еще не вышел на экраны?*

В данном примере радиоведущий использует вопрос с вопросительным словом *как*, имеющий имплицитное значение причины *почему*, однако собеседник не распознает этого значения, в результате чего возникает коммуникативный дискомфорт. Пытаясь устранить возникшее непонимание и получить ответ на заданный вопрос, ведущий применяет сразу две тактики: тактику разъяснения и тактику конкретизации информации. Сначала радиоведущий разворачивает информацию, пускаясь в длительные разъяснения, после чего применяется вторая тактика – конкретизация информации, т.е. ведущий меняет формулировку заданного ранее вопроса: *И я думаю / а что тебя купило в этом образе / в этой роли / в этом сериале / который еще не вышел на экраны?* В результате тактики разъяснения и тактики уточнения ведущему удастся снять дискомфорт и получить ответ на заданный вопрос.

В случае, если высказывание гостя программы не понимается ведущим, он (ведущий) также прибегает к тактике уточнения:

(29.11.2011 18:05 Шоу «Центральный комитет». Ведущие: Тутта Ларсен, Ружейников. Гость: режиссер Алексей Герман-младший.)

Герман: *Поэтому / собственно говоря // все мои выступления были попыткой докричаться до того / что-то что вы делаете / что вы творите с отраслью / что вы творите с индустрией / что вы творите со студентами / что вы творите (я имею в виду власть) с налогами / это неправильно / это приведет к падению...*

Ларсен: **К падению чего?**

Ружейников: *Меня интересует / вы – власть? // кто? // С налогами – понятно.*

Герман: **Что вы мне задаете странные вопросы?**

Ружейников: *Нет / не странные // Вот с налогами / это понятно кто // Это правительство.*

Ларсен: **Ты имеешь в виду / кто это? // Министерство культуры / Совет или что?**

Герман: *Послушайте / ну как там?// Дума / правительство и так далее // Это сложная система // Мы же понимаем / кто решает / то есть.*

В данной ситуации неверное восприятие имплицитного характера высказывания выражается в непонимании контекстного объема значения личного местоимения *вы*. Для Германа *вы* – это власть как орган управления, объединяющий в себе различные виды государственного управления: думу, правительство и др. Попытка ведущего Ружейникова выяснить границы власти, обозначенной анафорическим местоимением *вы* в речи собеседника, приводит к столкновению в коммуникации, свидетельством чего является реплика-выявление *Что вы мне задаете странные вопросы?*

Разрешить конфликт удастся третьему собеседнику (Ларсен), который применяет тактику уточнения с помощью интерпретирующего вопроса: *Ты имеешь в виду / кто это?* Благодаря этому гость понимает причину коммуникативного затруднения и раскрывает информацию, непонятную для радиоведущего.

2) Кроме названных причин, к коммуникативному сбою может привести отказ гостя отвечать на вопросы. Односложные ответы гостя на вопросы радиоведущего заставляют последнего искать выход из создавшегося положения и применять другие тактики и приемы, чтобы *разговорить* гостя. Это подтверждает мнение В.В. Богуславской о том, что в условиях современного массово-коммуникационного дискурса основное требование к порождению текста заключается в его способности побуждать собеседника к активности [16. С. 150].

(07.04.2008 12:05 «Дневное шоу Антона Комолова и Ольги Шелест»; разговор о новом сериале «Две сестры» на телеканале «Россия». Ведущие: Антон Комолов и Ольга Шелест. Гость программы: актер Александр Дьяченко.)

Шелест: *Саш / ты потом смотришь сериалы / в которых снимаешься?*

Дьяченко: *Никогда.*

Ведущую Ольгу Шелест не устраивает односложный ответ актера Дьяченко на вопрос. С целью услышать более подробный, развернутый ответ Шелест применяет тактику уточнения, задавая ряд восполняющих вопросов, которые помогают ей *разговорить* гостя.

Шелест: *Никогда? // Ну / посмотреть // Что получилось?// Посмотреть / какие актеры там играют / с которыми не пересекался?*

Дьяченко: *У нас есть монтажно-тренировочный период / когда мы надеваем наушники / становимся перед микрофоном и озвучиваем все то / что мы наиграли // Мне достаточно обычно бывает себя озвучить / для того / чтобы получить представление о своем творчестве // В эфире я сериалы не смотрю.*

Ведущая остается неудовлетворенной таким ответом, и, пытаясь развить тему, она применяет тактику разъяснения: использует интерпретирующий вопрос и формулирует его наиболее точно, оставив только два конкретных варианта ответа, чтобы собеседник мог выбрать один наиболее подходящий вариант. В результате гость отвечает на вопрос самостоятельно и развернуто, цель ведущей достигнута, она получила удовлетворяющий её ответ:

Шелест: *Не смотришь по причине того / что не хватает времени или просто не хочешь смотреть?*

*Дьяченко: Просто сложно // Эти банальные вещи могут сказать вам многие актеры // Всегда смотришь и понимаешь/ что можно было по-другому/ и нужно было по-другому / и лучше.*

Таким образом, наличие таких способов устранения коммуникативных неудач, как шутка, уточнение, разъяснение, оправдание, применение тактики солидаризации и др., является показателем того, что все вышеперечисленные коммуникативные сбои относятся к непрогнозируемым, нежелательным для радиоведущего и требующим изменения его речевого поведения для избегания коммуникативной неудачи или коммуникативного конфликта.

Как правило, исследование коммуникативных неудач в современной лингвистике ограничивается именно рассмотрением непрогнозируемых ситуаций, а случаи преднамеренного создания коммуникативного дискомфорта относятся к речевой агрессии, которая, по мнению Т.А. Воронцовой, представляет собой целенаправленное, мотивированное, преимущественно контролируемое (через сознательный выбор речевых стратегий и тактик, а также отбор речевых и языковых средств) речевое поведение, в основе которого лежит однонаправленное эмоциональное негативизирующее речевое воздействие на адресата [17. С. 29]. В качестве критерия разграничения коммуникативной неудачи и речевой агрессии выделяется преднамеренность речевого действия. Развивая данную идею, Е.В. Шелестюк приходит к следующему выводу: «В случае коммуникативной неудачи иллюкутивные цели не совпадают с перлокутивным эффектом, в случае же коммуникативной (речевой) агрессии дисгармоничный дискурс создается намеренно, поэтому иллюкуция соответствует перлокуции» [18. С. 362]. Тем не менее анализ речевого поведения радиоведущего в прогнозируемой ситуации коммуникативного дискомфорта позволяет нам не согласиться с данной точкой зрения и продемонстрировать примеры несоответствия иллюкутивных целей перлокуции.

### **Прогнозируемые ситуации коммуникативного дискомфорта**

Прогнозируемый коммуникативный сбой – это такой сбой в общении, в котором инициатором коммуникативного дискомфорта является сам радиоведущий. Целью ведущего в эфире является максимальное раскрытие собеседника, выявление его взглядов на важные проблемы, побуждение к незапланированной откровенности. Все это нередко заставляет ведущего выбирать те тактики, которые нарушают правила коммуникации и создают для собеседника искусственную ситуацию коммуникативного дискомфорта. Это коммуникативный дискомфорт, сознательно организованный радиоведущим в результате провокации. Рассмотрим его на примере интервью с Н. Михалковым.

Для того чтобы выявить тактики, являющиеся причиной преднамеренного дискомфорта, и проследить их влияние на собеседника с точки зрения успешности / неуспешности, целесообразно анализировать всю передачу целиком. В ситуации начала передачи важной целью радиоведущего является привлечь как можно большее количество радиослушателей. Основными задачами в этом случае будут следующие: заинтересовать гостя в разговоре, подчеркнуть для слушателей актуальность темы и показать осведомленность ведущего в данном вопросе, чтобы добиться от собеседника полного раскрытия проблемы.

Можно сказать, что добиться от гостя исчерпывающей и эксклюзивной информации – это одно из главных показателей профессионального успеха ведущего. Отсюда следует: чем выгоднее ведущий преподнесет важность обсуждаемой темы, покажет подготовленность к данному разговору и понравится гостю, тем успешнее будет достигаться его цель – расширение аудитории слушателей и заинтересованность гостей в участии в следующих программах.

Для успеха речевого воздействия радиоведущего особенно важной оказывается стратегия самопрезентации, которая занимает центральное место среди стратегий воздействия на широкие массы. Как показал анализ всех передач, стратегия самопрезентации в большей степени проявляется в ситуации начала программы, заявления темы и завершения программы.

Следует отметить, что сама по себе стратегия самопрезентации, характерная для ситуации начала передач, и сопутствующие ей тактики, такие как солидаризация, разъяснение, указание на перспективу, не являются компрометирующими и характерными для возникновения преднамеренных неудач. Из этого можно сделать вывод, что попытка дискредитировать собеседника с самого начала передачи играет в речевом поведении ведущего особую роль.

В качестве основной стратегии создания преднамеренного дискомфорта в данной коммуникативной ситуации выступает провокация. Следует отметить, что для этого ведущие выступают в функции ретранслятора, т.е. они озвучивают мнение третьей стороны (радиослушателей, пользователей Интернета). Такая стратегия может использоваться уже в ситуации начала передачи в сочетании со стратегией самопрезентации и в сопутствующей ей тактике разъяснения выбора темы с целью возбуждения в объекте воздействия определенных эмоций и с расчетом на то, что эти эмоции вызовут желаемую реакцию. Отсутствие соответствующей реакции собеседника свидетельствует о коммуникативной неудаче инициатора (ведущего) либо о том, что его партнер понял провокацию как «условие игры».

(02.04.2010 10:00 «В гостях у Сергея Стиллавина и его друзей». Ведущие: Стиллавин, Вахидов, Колосова, Пастухов. Гость: режиссер и актер Никита Михалков. Ситуация начала передачи.)

Стиллавин: *В понедельник до того / как стало известно о терактах / мы подняли вопрос / который на выходных был анонсирован некоторыми новостными агентствами / что Никита Михалков обиделся мягко говоря / на блогеров за то / что они многократно исказили официально вышедший постер к фильму «Утомленные солнцем-2. Предстояние» // Приводились слова в этих сообщениях дочери Никиты Сергеевича / там были дословно слова такие / «Папа расстроен и / в принципе / очень обиделся на то / что люди так это восприняли все // Я выступил в своем посте со своей стороны в защиту Никиты Сергеевича / пост назывался «Никита Михалков наносит ответный удар» // ...И вдруг вчера сообщение / звонят какие-то люди и говорят // «Так / завтра после 10 утра у вас Михалков / Все!» // И мы испугались / Господи / как так!*

Михалков: *Зачем мы его звали?*

Используя тактику разъяснения выбора темы, а также с целью привлечь внимание слушателей к передаче, ведущий связывает между собой два со-

вершенно разных и не влияющих друг на друга события: произошедший теракт и искажение блогерами информации о вышедшем фильме Никиты Михалкова «Утомленные солнцем-2. Предстояние». Приведение цитаты типа *Папа расстроен и обиделся*, а также выражения радиоведущего *Михалков наносит ответный удар* создают неблагоприятное впечатление у радиослушателей. Не менее провокационной становится ситуация представления гостя программы: *звонят какие-то люди, мы испугались*. Такой прием, как апелляция к чувству страха, создает благоприятную почву для интриги начала программы и помогает держать в напряжении радиослушателей. Однако отсутствие ожидаемой реакции Михалкова и его шутивное дополнение по отношению к себе *Зачем мы его звали* ослабляет напряжение и свидетельствует о том, что гость принял провокацию как условие участия в задуманной игре.

Для создания провокационной ситуации используется такой прием, как слухи: *мы подняли вопрос / который на выходных был анонсирован некоторыми новостными агентствами / что Никита Михалков обиделся мягко говоря / на блогеров*, а также сюда с утра вышло сообщение о том / что Никита Михалков отказался от идеи подавать в суд на оскорбивших его блогеров // *То есть / цитат конкретно вас лично на эту тему нет / есть как бы родственников / близких и лента новостей*. Типичная размытость информации и отсутствие адресанта сообщения, характерные для слухов, вызывают отрицательную реакцию у гостя программы: *Это вообще театр для себя //...Они сами придумывают / что я собирался подавать / теперь я отказался подавать / дальше будет рассказано / что я принял такие-то меры*. Показательно, что ведущие передачи сами отрицательно относятся к распространению слухов: *А сегодня в новостных лентах напишут / Михалков не отрицает факт «черного пиара» через Интернет // Артемий Лебедев работает на Михалкова*.

Следует отметить, что несмотря на то, что ведущие выступают в качестве медиатора, посредника, между гостем программы и радиослушателями, они всегда четко высказывают свое личное мнение, которое может либо совпадать с мнением слушателей, либо противостоять ему. Так, ведущий Стиллавин в начале передачи сразу заявляет о своей позиции *Я выступил в своем посте со своей стороны в защиту Никиты Сергеевича*. Однако, выражая общественное мнение слушателей, ведущий снимает с себя ответственность за соблюдение речевого этикета и сознательно нарушает принцип вежливости, выставляя от имени блогеров претензию Никите Михалкову в пафосности и высокомерности:

Стиллавин: *Никита Сергеевич / я саккумулировал вопросы / которые были подняты общественностью // Мы же с уважением относимся к общественности / естественно / и пятым пунктом / самым финальным / так разговор уже пошел / вопрос который обещал людям задать вам // Зашкаливают ли в реальности у Михалкова пресловутые пафосность / величие? // В интернет-сообщениях / которые касались вашей обиды якобы на блогеров / писалось, что претензия такая / мания величия у Михалкова / мнит себя царем-батюшкой и так далее // Мните?*

Найдя успешный коммуникативный ход, такой как претензия, ведущий использует его несколько раз на протяжении всей передачи. Более того, си-

туация дискомфорта усугубляется, так как ведущий акцентирует внимание на недовольстве интернетчиков, слушателей, блогеров при помощи многократного повторения слова *претензия*, так, например, в ситуации начала передачи, а затем и в ситуации контроля над темой лексема *претензия* звучит шесть раз.

Стиллавин: *Никита Сергеевич / тогда переходим непосредственно к обсуждению // Одна из претензий / которую вербализуют эти люди / заключается в следующем // Вышел постер «Утомленные солнцем-2 / Предстояние» / сверху надпись: «Великое кино о великой войне» // Претензии именно к тому / что во-первых / Никита Сергеевич / кто придумал этот слоган рекламный / это студия «ТриТЭ» или прокатчики / кто автор этой фразы?*

Михалков: *Нет / вы вопрос.*

Стиллавин: *Претензия в следующем / что люди еще не видели его / сомневаются в том / что оно великое / и соответственно / когда анонс идет на таком уровне что это уже великое / ну / априори / изначально то их это смущает / коробит / потому что так нельзя / потому что еще не видел никто.*

О наличии ситуации коммуникативного дискомфорта говорят реплики гостя, который не понимает, в чем состоят претензии: *Дело не в этом / так сказать / а в чем это? // Походка моя или взгляд / в чем? // ... Это к нему надо / а я-то здесь причем? // ... Я хочу ответа на вопрос – в чем? // Никто ответить не может? // Что я сделал плохого этим людям / никто ответить не может / конкретно каждому из них? // Ничего.*

В ситуации обвинения Михалкова в авторстве нескромного выражения «великое кино» о еще не вышедшем на экран фильме целью ведущего является предоставление гостю возможности снять с себя все обвинения, высказанные в Интернете. Для реализации такой цели ведущий, видя затруднение собеседника, использует тактику разъяснения: *Претензия в следующем / что люди еще не видели его / сомневаются //...их это смущает / коробит;* а также прием наводящего вопроса: *Значит / слоган придумали пиарщики и прокатчики?* Получив ответ Н. Михалкова *Ну конечно / я-то вообще / я произвожу / я не занимаюсь пиаром*, ведущий подводит итог обсуждения данного вопроса, обращаясь к слушателям, блогерам и представителям новостных агентств: *Дорогие друзья / в эфире Стиллавина на «Маяке» / Никита Сергеевич Михалков снял с себя ответственность за изобретение слогана / «Великое кино о великой войне» // Так и напишите в своих новостных лентах сегодня // Вопрос снят / тогда нет вопроса.*

Рассмотрев речевые тактики и стратегии радиоведущего, мы пришли к следующему выводу: поведение ведущего в условиях предвиденного коммуникативного дискомфорта имеет определенную цель, которая раскрывается и становится ясной только в ситуации завершения обсуждаемой темы или завершения передачи. Так, применение ведущим стратегии провокации, использование претензий и слухов не имело целью дискредитировать режиссера Михалкова, главной задачей ведущего стало дать возможность режиссеру самому опровергнуть сложившееся мнение обывателей Интернета, закрыть распространяющиеся слухи читателями интернет-новостей, представить его в другом свете перед слушателями. Это становится ясно из завершения темы:



*Никита Сергеевич Михалков снял с себя ответственность за изобретение слогана «Великое кино о великой войне», а также в ситуации окончания эфира: Спасибо огромное. Я не ожидал, что так быстро мы встретимся после этого шумного обсуждения в Интернете, но сам Никита Михалков плевать хотел на все это. Правильно?*

В целом, анализируя речевое поведение радиоведущего в ситуациях коммуникативного дискомфорта, следует отметить, что набор стратегий и тактик ведущего существенно отличается в зависимости от прогнозируемости и не-прогнозируемости дискомфорта. Для выхода из дискомфортной ситуации используются такие тактики и приемы, как шутка, уточнение, разъяснение, оправдание, применение тактики солидаризации. Провокация, основным приемом которой является претензия, становится одной из основных тактик для создания дискомфорта и может быть довольно эффективной для раскрытия собеседника.

### Литература

1. Федосюк М.Ю. Репертуар жанров речи радиоведущих музыкальных программ // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000. С. 196–207.
2. Шмелева Т.В. Жанр в современной медиасфере // Жанры речи. Вып. 8: Памяти Константина Федоровича Седова. Саратов; Москва, 2012. С. 26–37.
3. Стернин И.А. Жанр слухи в современных СМИ // Жанры речи. Вып. 8: Памяти Константина Федоровича Седова. Саратов; Москва, 2012. С. 169–179.
4. Нестерова Н.Г. Коммуникативно-прагматические особенности этикетных речевых жанров в радиодискурсе // Вестн. Том. гос. ун-та. 2009. № 320. С. 15–20.
5. Ермоленкина Л.И. Диалог как дискурсообразующий фактор информационного радио // Вестн. Том. гос. ун-та. 2009. № 325. С. 18–24.
6. Ермоленкина Л.И. Модели взаимодействия автора и адресата в дискурсивном пространстве информационно-развлекательного радио // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2008. № 3. С. 18–26.
7. Босый П.Н. Современная радиоречь в аспекте успешности / неуспешности речевого взаимодействия: дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2006. С. 66.
8. Карасик В.И. Речевое поведение и типы языковых личностей // Массовая культура на рубеже XX–XXI вв.: Человек и его дискурс: сб. науч. тр. / под ред. Ю.А. Сорокина, М.Р. Желтухиной. М., 2003. С. 24.
9. Семенов Л.П. Аспекты лингвистической теории монолога. М., 1996. С. 67.
10. Мартынова Е.М. Типология явлений коммуникативного дискомфорта в ситуациях диалога: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2000. 18 с.
11. Ермакова О.Н., Земская Е.А. К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного русского диалога) // Русский язык в его функционировании: Коммуникативно-прагматический аспект / Т.Г. Винокур, О.Н. Ермакова, Е.А. Земская. М., 1993. 197 с.
12. Славова Л.Л. Типология коммуникативных неудач : (на материале современной англ. речи): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Киев, 2000. 19 с.
13. Захарова Л.А., Шуваева А.В. Словарь молодежного сленга (на материале лексикона студентов Томского государственного университета) // Учеб.-метод. пособие. Томск, 2014. С. 98.
14. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. URL: <http://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=20580>
15. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. М., 1985. С. 208–227.
16. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция: Анализ журналистских текстов. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
17. Воронцова Т.А. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство. Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2006. 252 с.

18. Шелестюк Е.В. Опыт прагмалингвистического анализа коммуникативной неудачи в коммуникативном акте-диалоге в Интернет // Актуальные проблемы современного научного знания: материалы III междунар. науч. конф. Ч. 1 / под общ. ред. Н.А. Стадульской. Пятигорск, 2010. С. 359–366.

# VERBAL BEHAVIOR OF RADIO PRESENTERS IN COMMUNICATIVE DISCOMFORT SITUATIONS (ENTERTAINMENT AND INFORMATION RADIO SHOWS)

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology.* 2016. 5 (43). 5–23. DOI: 10.17223/19986645/43/1

Irina K. Aitenova, Liubov A. Balobanova (Zolotareva), Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russian Federation). E-mail: irina-aytenova@mail.ru / balobanova.la@dvfu.ru

**Keywords:** verbal behavior of radio presenters, communicative discomfort, tactics, strategy.

This paper describes the analysis of verbal behavior of radio presenters in situations of predictable and unpredictable communicative discomfort. The object of research is the speech of radio presenters of federal stations and their guests during entertainment and information shows. The relevance of the radio speech research in modern sociolinguistics is related to actual changes in the strategies and tactics of speech behavior of radio communication participants.

The authors understand *communicative discomfort* as a situation comprising some characteristics restraining implementation of communicative intentions and/or expectations of participants. The authors divide all communicative discomfort situations into unpredictable and predictable. Unpredictable situations comprise communicative failures that emerge in a spontaneous way due to an incorrectly selected tactics or its lexical / semantic components. As the reasons causing unpredictable communicative failures, this paper studies linguistic and speech-related factors: intralingual homonymy, inappropriate use of low-attitude colloquial expressive vocabulary, violation of the principle of communicative correctness and etiquette rules, incorrect recognition of person. The authors also note cognitive factors: misunderstanding of radio presenter's communicative intention and guests' unwillingness to speak on a particular topic or to answer a question. All unpredicted communication failures are undesirable for radio presenters and require their verbal behavior to change. For the purposes of avoidance of a communication failure, radio presenters may use various tactics and techniques: tactics of solidarity with a guest, tactics that reduces categorical statements, joke, compliment, explanation, specification of information and agreement tactics. All these methods allow radio presenters to leave the situation of communicative discomfort and continue their conversation with a guest.

Situations of predicted communicative discomfort are distinct from unpredicted by the selection of tactics and techniques. Predicted communicative discomfort means a type of communication failure which is initiated by the radio presenter. The purpose of the presenter on radio air is to maximally help interlocutors to show themselves, to identify their views on significant matters, to urge to unplanned frankness, therefore radio presenters may violate the rules of communication by deliberately creating an artificial situation of communicative discomfort for conversation partners. Communicative failure would be a result of a provocation. That type of tactics may, in some cases, be dominating throughout the whole conversation with the show's guest. The provocation tactics may be used in the very beginning of the show, in the self-presentation situation and in the relevant tactics to explain the selection of the subject topic, seeking to excite certain emotions in the recipient(s), wishing those emotions to cause a desired response. The provocation tactics may be accompanied by indirect discreditation, opposition tactics, tactics of cooperation with listeners and others. Indirect discreditation means the process of discrediting anyone using a third-party opinion (for example, radio listeners). As the basic strategy of radio presenters is to find out the truth, they use those tactics to make the guest argue against the wrong opinions or representations of him / her. The basic communicative technique presenters use in a radio show in such a situation could be claim. Radio presenters often use the specification tactics, thus assisting the guest to withdraw charges and influence the opinions of the listeners in the final part of the show, with a view to leave communicative discomfort and present conclusions. So, the basic strategy of presenters and their tactics should be admitted efficient even in communicative discomfort situations.

## References

1. Fedosyuk, M.Yu. (2000) Repertuar zhanrov rechi radiovedushchikh muzykal'nykh programm [The repertoire of speech genres of radio broadcasters of music programs]. In: Kupina, N.A. (ed.) *Kul'turno-rechevaya situatsiya v sovremennoy Rossii* [Culture and speech situation in modern Russia]. Ekaterinburg: Ural State University.
2. Shmeleva, T.V. (2012) Zhanr v sovremennoy mediasfere [Genre in modern media sphere]. In: Dement'ev, V.V. (ed.) *Zhanry rechi* [Genres of speech]. Vol. 8. Saratov; Moscow: Labirint.
3. Sternin, I.A. (2012) Zhanr slukhi v sovremennykh SMI [Genre "rumors" in modern media]. In: Dement'ev, V.V. (ed.) *Zhanry rechi* [Genres of speech]. Vol. 8. Saratov; Moscow: Labirint.
4. Nesterova, N.G. (2009) Communicative and Pragmatic Peculiarities of Etiquette Speech Genres in Radiodiscourse. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 320. pp. 15–20. (In Russian).
5. Ermolenkina, L.I. (2009) Dialogue as a discourse-generating factor of information radio. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 325. pp. 18–24. (In Russian).
6. Ermolenkina, L.I. (2008) Models of the author and addressee interaction in the discourse space of informative-entertaining radio. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 3. pp. 18–26.
7. Bosyy, P.N. (2006) *Sovremennaya radiorech' v aspekte uspekhov / neuspekhov rechevogo vzaimodeystviya* [Modern radio speech in the aspect of the success / failure of verbal interaction]. Philology Cand. Diss. Tomsk.
8. Karasik, V.I. (2003) Rechevoe povedenie i tipy yazykovykh lichnostey [Speech behavior and types of linguistic personalities]. In: Sorokin, Yu.A. & Zheltukhina, M.R. (eds) *Massovaya kul'tura na rubezhe XX-XXI vv.: Chelovek i ego diskurs* [Mass culture at the turn of the 21st century: Man and his discourse]. Moscow: Azbukovnik.
9. Semenenko, L.P. (1996) *Aspekty lingvisticheskoy teorii monologa* [Aspects of the linguistic theory of monologue]. Moscow.
10. Martynova, E.M. (2000) *Tipologiya yavleniy kommunikativnogo diskomforta v situatsiyakh dialoga* [Typology of communicative discomfort phenomena in situations of dialogue]. Philology Cand. Diss. Orel.
11. Ermakova, O.N. & Zemskaya, E.A. (1993) K postroeniyu tipologii kommunikativnykh neudach (na materiale estestvennogo russkogo dialoga) [On the construction of a typology of communicative failures (on the basis of natural Russian dialogue)]. In: Zemskaya, E.A. (ed.) *Russkiy yazyk v ego funktsionirovanii. Kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt* [Russian language in its functioning. Communicative-pragmatic aspect]. Moscow: Nauka.
12. Slavova, L.L. (2000) *Tipologiya kommunikativnykh neudach: (na materiale sovrem. angl. rechi)* [Typology of communication failures: (in modern English speech)]. Abstract of Philology Cand. Diss. Kiev: Kiev State Linguistic University.
13. Zakharova, L.A. & Shuvaeva, A.V. (2014) *Slovar' molodezhnogo slenga (na materiale leksikona studentov Tomskogo gosudarstvennogo universiteta)* [Dictionary of youth slang (based on the vocabulary of students of Tomsk State University)]. Tomsk: Tomsk State University.
14. Ushakov, D.N. (ed.) (2000) *Tolkovyy slovar' russkogo yazyka: V 4 t.* [Explanatory Dictionary of the Russian language: in 4 vols]. [Online] Available from: <http://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=20580>.
15. Grice, G.P. (1985) Logika i rechevoe obshchenie [Logic and speech communication]. Translated from English. In: Arutyunova, N.D. & Paducheva, E. V. (eds) *Novoe v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. Vol. 16. Moscow: Progress.
16. Boguslavskaya, V.V. (2008) *Modelirovanie teksta: lingvosotsiokul'turnaya kontseptsiya. Analiz zhurnalisticheskikh tekстов* [Modelling of text: linguistic socio-cultural concept. Analysis of journalistic texts]. Moscow: Izd-vo LKI.
17. Vorontsova, T.A. (2006) *Rechevaya agressiya: vtorzhenie v kommunikativnoe prostranstvo* [Verbal aggression: penetration into the communicative space]. Izhevsk: Udmurt State University.
18. Shelestyuk, E.V. (2010) [Experience of pragmalinguistic analysis of communicative failures in the communicative act-dialogue in the Internet]. *Aktual'nye problemy sovremennoy nauchnoy znaniya* [Topical problems of modern scientific knowledge]. Proceedings of the III international conference. Pt. 1. Pyatigorsk: Pyatigorsk State Linguistic University. pp. 359–366. (In Russian).