

**К. С. Драгун**

## КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ КОНФЛИКТА (на материале американских и российских телевизионных ток-шоу)

Конфликт обладает коммуникативной природой и рассматривается в данном случае как двустороннее поведение, основой которого служит контакт между двумя либо более сторонами. Исходя из вышеупомянутых пунктов, возникает такое понятие, как речевой конфликт, где важными составляющими являются его участники, а также язык и речь.

Язык сам по своей природе обладает конфликтогенными свойствами: языковой знак динамичен, вариативен, лексически и грамматически многозначен, следовательно, на речевом уровне он может получать различную интерпретацию. По этой причине это может привести к непониманию адресатом собеседника, напряженности, раздражению, что, в конечном итоге, провоцирует речевой конфликт. Языковые средства, к которым прибегают коммуниканты в процессе общения, могут поспособствовать устранению нежелательных моментов в общении либо же, наоборот, привести к эскалации конфликтной ситуации.

Жанр ток-шоу – актуальный телевизионный формат, прочно закрепившийся в медиапространстве XXI века, отличается тематической широтой жанровой разновидности.

От жанра, его тематики, в котором работает телеведущий, зависит его речевой портрет. Следует отметить, что телевизионная развлекательного формата требует от журналиста наличия такого навыка, как прекрасное владение литературным языком, но в то же время ему необходимо пользоваться единицами, относящимися к внелитературному языку.

Более того, ведущий должен обладать умением использовать различного рода коммуникативные стратегии с целью убедить аудиторию, вызвать ее интерес. Одна из основных задач ведущего ток-шоу – построение диалога с участниками программы, а также с ее зрителями. Специфика исследуемого нами формата требует от ведущего умения построить доверительные отношения как с участником, так и со зрителем.

Нами были проанализированы американское ток-шоу «Доктор Фил» и российское ток-шоу «Мужское/Женское». В результате исследования вышеуказанных телевизионных программ были выявлены следующие характеристики.

1. Ток-шоу соотносится с драматургическим жанром, где присутствуют такие элементы, как сюжет, фабула, конфликт (А. С. Вартанов).

2. Для изучаемого нами жанра весьма важен имидж ведущего. На примере исследуемых нами американского и российского ток-шоу было установлено, что ведущий должен обладать такими качествами, как харизма, уверенность в себе и ораторское мастерство. Более того, ведущие рассматриваемых нами телевизионных программ предстают перед зрителем в образе «интеллектуала». Данный образ предполагает наличие таких внешних характеристик, как ярко выраженный возраст, простой, классический костюм, лысина, очки, щетина.

3. Цель исследуемых нами ТВ-шоу – не решение проблемы, с которой участник программы обращается, а в первую очередь обсуждение шокирующих и скандальных историй, которые могут вызвать зрительский интерес, привлечь как можно больше аудитории. Именно от цели зависит выбор той или иной стратегии.

4. В изучаемых нами ток-шоу основной структурообразующей стратегией является *конфронтационная стратегия*. В основе ее языковой реализации лежит нарушение правил речевого общения, языковая агрессия, менасивное речевое поведение. Одними из распространенных конфронтационных коммуникативных стратегий являются *провокация* и *стратегия открытого негативного реагирования*, цель которой заключается в провоцировании конфликта.

5. *Провокация* может быть представлена несколькими видами.

- Провокация чувства стыда, вины с целью побуждения оправданий: *Ну и когда вы пили в последний раз? Так..... где-то неделю назад. А почему вы тогда в начале программы сказали, что уже месяц не пьете?!; What kind of drunk are you? Do you get mean, get arrogant, you get belligerent, do you get lazy do you, what happens do you black out what kind of drunk are you?*

- Провокация как метод, побуждающий говорить правду: *А что у вас лицо опухшее такое, пили что ли? Да я не пью... Да что вы говорите! Ну, так, если только по праздникам...; What made you think about having sex in the 6th grade?*

6. Стратегии открытого негативного реагирования сопутствуют следующие тактики.

- Тактика критики: *Так почему всем миром собирали вещи для ребенка и почему ты на свои средства не мог, если зарабатываешь свои?; You are a drunk and drug addict. You waived your rights.*

- Тактика угрозы: *Я вас сейчас вышвырну из студии!; If you are not going to tell the truth, get out of here!*

- Тактика давления на собеседника: *Вы хотите ребенка своего увидеть? Тогда перестаньте нам врать!; We are going to take a break and you guys are going to decide that you are either going to tell the truth here or we are done!*

- Тактика оскорбления: *Вы два паразита, живете за счет детей! Вы должны были детей воспитывать, папаша, ты грёбаный!; Admit that you are a total idiot!*

- Тактика иронии: *He likes math and science and sex.; Он любит паны, маму и водку.*

- Тактика возмущения: *Что ты смотришь на меня ясными глазками, ты, отец троих детей! You do let her watch sexually explicit movies! And I respect you and I respect you for that but you are saying I don't help at all, what the hell*

- Тактика прерывания собеседника: *Стоп, стоп, стоп! Лерочка, если вы хотите врать здесь, тогда давайте мы сразу разойдемся все и доверим это следственному комитету. Wait, wait, your therapist told you that your marriage comes before your children? Yeah, he is an idiot!*

7. Языковые особенности речи американского ведущего.

- Использование сокращенных форм: *We gotta round out. We'd better take a break.*

- Употребление эмоционально окрашенной лексики: *We need to tackle this issue immediately!*

- Параллелизм: *Do you get mean, get arrogant, you get belligerent, do you get lazy do you, what happens do you black out what kind of drunk are you?*

- Использование императива: *Let's look\_at this fragment!*

- Употребление третьего лица: *That person allowed her daughter to sleep with an 18-year old boy! – Those bastards.*

8. Речевые характеристики российского телеведущего.

- Активное использование просторечной и разговорной лексики: *Ты об этом ни грамма не знаешь! Сидела на цырлах и ждала нас трезвая что ли?*

- Употребление в речи заимствованных слов: *хайп, фрик, мейнстрим, контент, бэкграунд; С бэкграундом вашей мамы, неудивительно, что вы пошли по ее стопам.*

- Использование этикетных формул, а именно обращения, приветствия, прощания, просьбы: *Так давайте у Татьяны Анатольевны и спросим. Вам ваша дочь написала, что хочет детей вернуть.*

- Использование прецедентных текстов: *Мы все любим это произведение «Ромео и Джульетта», оно никого не оставляет равнодушным. Ей 12, ему 14.*

- Фразеологические единицы: *как были никем всю жизнь, так и останетесь; ни себе, ни людям; ни рыба, ни мясо.*

9. Среди наиболее характерных для обоих видов ток-шоу речевых средств выражения перечисленных тактик можно выделить *лексические повторы, употребление инвективной лексики, метафору.*

Таким образом, контент исследуемых нами шоу базируется на скандальных и конфликтных ситуациях. Темы, поднимаемые в российских и американских шоу, затрагивают близкие социальные проблемы. Также мы можем заключить, что для американских шоу наиболее характерно использование синтаксического параллелизма и лексических повторов, что, вероятно, связано с желанием создать ситуацию, провоцирующую конфликт. Например, *I think you are going to be shocked because the young mother you are about to meet was not 16, she wasn't 15, she wasn't 14, she wasn't 13, she wasn't even 12. She was 11. Yeah you hear me right, she was pregnant at 11.* В российских шоу частотным является употребление разговорно-просторечной и инвективной лексики, выражение иронии за счет стилистического приема антитезы. К примеру, *таких раздолбаев еще поискать нужно; ну у вас не история, а прям преступление и наказание какое-то.*