

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет»

А. А. Шунейко, И. А. Авдеенко

ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ КОММУНИКАЦИИ

Утверждено в качестве учебного пособия

Ученым советом Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего профессионального образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет»

Комсомольск-на-Амуре
2014

УДК 316.77(07)
ББК 60.550.74я7
Ш965

Рецензенты:

Л. Ф. Крапивник, доктор филологических наук, профессор,
заведующая кафедрой русской филологии Федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального
образования «Тихоокеанский государственный университет»;
Кафедра русского языка Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего профессионального образования
«Дальневосточный государственный гуманитарный университет»,
заведующий кафедрой доктор филологических наук, профессор Л. М. Городилова

Шунейко, А. А.

Ш965 Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие / А. А. Шунейко, И. А. Авдеенко. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2014. – 134 с.

ISBN 978-5-7765-0989-6

В учебном пособии на достоверной теоретической базе и большом фактическом материале содержательно охарактеризованы основные единицы коммуникации: стратегии, тактики, приемы, стереотипы и сценарии информационно-коммуникативных событий. Композиция пособия предполагает поэтапное освоение материала и возможность проверки полученных знаний.

Предназначено для аудиторной и самостоятельной работы по курсам «Введение в теорию коммуникации» и «Практика успешной коммуникации» для студентов лингвистических специальностей всех направлений, а также для студентов, изучающих эту проблематику в рамках иных специальностей.

УДК 316.77(07)
ББК 60.550.74я7

ISBN 978-5-7765-0989-6

© ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ	6
2. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ	28
2.1. Зависимость речевых процессов от физиологических	30
2.2. Соотношение речевых действий с физическими	33
2.3. Соотношение речевых действий с отраженной в них реальной действительностью	42
2.4. Связь речи с говорящим	53
2.5. Речь как самостоятельный элемент мира	66
3. СЦЕНАРИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ СОБЫТИЙ	75
3.1. Общее определение и составляющие сценариев информационно-коммуникативных событий	75
3.2. Информационные сценарии.....	89
3.2.1. <i>Сценарий допроса</i>	90
3.2.2. <i>Сценарий отчета</i>	92
3.3. Активационные сценарии	94
3.3.1. <i>Сценарий миротворчества</i>	95
3.3.2. <i>Сценарий провокации</i>	98
3.4. Эгоцентрические сценарии	100
3.4.1. <i>Сценарий самонавязывания</i>	101
3.4.2. <i>Сценарий отпугивания</i>	103
3.5. Статусные сценарии	105
3.5.1. <i>Сценарий состязания</i>	106
3.5.2. <i>Сценарий подчинения</i>	109
3.6. Креационные сценарии	111
3.6.1. <i>Сценарий создания</i>	112
3.6.2. <i>Сценарий уничтожения</i>	116
3.7. Исследовательские сценарии.....	119
3.7.1. <i>Сценарий эксперимента (игры)</i>	120
3.7.2. <i>Сценарий мимикрии</i>	123
4. ТРЕНИРОВОЧНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ	126
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	130
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	132

ВВЕДЕНИЕ

Коммуникация – это такое взаимодействие между системами, которое приводит к перераспределению информации. Коммуникация, так или иначе, является объектом рассмотрения многих лингвистических дисциплин: риторики, прагмалингвистики, социалингвистики, психолингвистики, культуры речи. Но, во-первых, ни одна из этих дисциплин не рассматривает процесс коммуникации целостно, затрагивает только какой-либо один из её компонентов. А во-вторых, в рамках этих дисциплин, при заявленных претензиях на отличие от «чистой» лингвистики, рассматриваются всё те же формы выражения мысли, и не анализируется сам процесс коммуникации, его внутренние механизмы, которые приводят к перераспределению информации.

Целостное описание коммуникация может получить только в рамках теории коммуникации – такой лингвистической дисциплины, которая рассматривает коммуникативные процессы во всей полноте и сложности, используя адекватный такому объекту инструментарий. Имея конкретные коммуникативно-речевые формы как единственную доступную восприятию форму выражения информации, такая теория не фокусируется на них, а стремится выявить универсальные механизмы, их порождающие, и взаимодействие между ними.

Инструментарий теории коммуникации принципиально отличается от тех терминов и понятий, которыми пользуется традиционное языкознание. Это связано с тем, что функционально значимыми и обладающими объяснительной силой для теории коммуникации являются не те единицы, которые рассматриваются традиционным языкознанием (фонемы, морфемы, лексемы и т.д.), а единицы иного порядка. Набор этих единиц можно определить достаточно строго: коммуникативные стратегии, тактики, приемы и стереотипы, темы и сценарии информационно-коммуникативных событий. Именно эти единицы, за исключением тем, и рассматриваются в настоящем пособии.

Кроме собственно теоретического аспекта, теория коммуникации имеет и ряд прикладных, связанных с умением успешно говорить и адекватно воспринимать чужую речь. Однако и прикладной аспект теории коммуникации отличается от традиционного для языкознания понимания. В рамках теории коммуникации успешность говорения и адекватность восприятия речи определяются не соответствием речевой формы выражаемой ею семантике, а соответствием коммуникативных проявлений смыслу происходящих в рамках коммуникации процессов. Иначе говоря, на первый план выступает не вопрос, что и как говорит человек, а вопросы, почему он делает это так, а не иначе, к чему и с какой степенью эффективности это ведет.

Традиционно, по малопонятным причинам, считается, что существуют коммуникативное поведение и нормы, его регулирующие. При этом нормы понимаются как предписания, вырабатываемые обществом как универсально обеспечивающие коммуникативный успех, то есть вести себя везде так-то и так-то и тебя будут понимать, уважать и т.д. На самом деле, успешность определяется не соблюдением этих предписаний, а адекватностью коммуникативного поведения процессам самоорганизации информации. В таком представлении научить общаться не значит познакомить с умозрительными принципами, нормами того, как человек должен себя вести в коммуникативном плане, а развить коммуникативную чуткость, видение и понимание того, что происходит в информационном и коммуникативном пространствах.

Многообразие коммуникативных ситуаций и возможных типов поведения в них сформировало у авторов устойчивое убеждение, что никаких общих рекомендаций в коммуникативной сфере быть не может: то, что приемлемо в общении с адвокатом, не подойдет в разговоре с бандитом; то, что уместно в диалоге с начальником, глупо использовать при общении с любимым человеком и т.д. Совокупность влияющих на речевое поведение факторов, а также количество возможных целей, которые ставит перед собой говорящий, предполагают такой характер обусловленности проявления речевых форм, при котором выбор той или иной формы не может быть регламентирован каким-то общим для всех положением.

Единственным общим положением (и то с большой долей условности, поскольку, например, так называемые «дилеры» и уличные проповедники обходятся без этого) можно считать лишь такое: *«адекватно оценивай особенности коммуникативной ситуации, в которой находишься»*, то есть понимай, с кем, где, когда, о чем, с какой целью и как ты говоришь. Реализация этого положения, во-первых, предполагает осуществление нескольких мыслительных процедур сопоставления конкретных признаков коммуникативной ситуации с опытом предшествующего общения, а во-вторых, влечет за собой то, что учет особенностей коммуникативной ситуации делает общение вариативным в любом плане и рассредоточивает характер поведения. Таким образом, следование этому положению в ситуации спонтанной речи оказывается очень затруднительным.

В любом случае в общении мы сталкиваемся с некоторой совокупностью симультанно реализующихся, устойчивых коммуникативных форм различного уровня, выбор которых во многом взаимообусловлен, хотя не имеет подчинения какому-либо одному фактору, не определяется одним законом. В своей совокупности коммуникация – это самоорганизующаяся система, которая управляется одновременно коммуникативными единицами, условиями и лишь в последнюю очередь людьми. Она подобно фейерверку, зрелищность, красота и производимый эффект которого зависит и

от заряда, и от исправности пушки, и от погоды, и от пиротехника, и от сочетания с другим зарядом, и от точки наблюдения, и от настроения наблюдающего человека. При этом, какой фактор окажется определяющим, никогда не известно.

Стремление адекватно осветить вопросы, входящие в круг затрагиваемых теорией коммуникации проблем, определило структуру пособия, объём материала и характер изложения. Материал организован таким образом, что пособие может быть использовано как для самостоятельной, так и для аудиторной работы. Последовательное и внимательное знакомство с содержащейся в пособии информацией и выполнение тренировочных упражнений позволяют читателю самостоятельно повысить уровень своих коммуникативных навыков, научиться свободно чувствовать себя в любой речевой ситуации и добиваться в любых ситуациях именно тех целей, которые он перед собой ставит.

У авторов есть основания предполагать, что существует некоторая базовая совокупность коммуникативных стратегий, стереотипов, сценариев, тактик и приёмов, которая поддается исчерпывающему описанию и фиксирует всё многообразие инвариантных проявлений речевых форм. Авторы надеются, что им удалось обнаружить эту совокупность и четко её представить. Авторы считают, что данное пособие поможет читателю лучше разобраться в своей речи, речи окружающих, и желают успехов в этом. Дискуссионное обсуждение любого из мнений авторов приветствуется. Отзывы и предложения вы можете отправлять по адресу: *alexandrshuneyko@yandex.ru*.

1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Коммуникативное взаимодействие было и остаётся одним из самых загадочных явлений в теории языка и практике речи. Многие стремятся овладеть магией языка, позволяющей без особых усилий управлять поведением других людей, влиять на их мировоззрение. Но для того чтобы постигать «магические» приёмы, нужно сначала осмыслить основные понятия теории коммуникации.

Коммуникация (лат. *communico* – «делать общим, связывать, общаться») – это процесс передачи и приема информации. Традиционно выделяют несколько основных типов коммуникации: *внутреннюю, межличностную, массовую и межкультурную*. Эти типы существуют в большом количестве разновидностей. В качестве самостоятельных типов коммуникации называют также *художественную коммуникацию* и *коммуникацию в малых группах*. Особенности типов и разновидностей определяются спецификой тех коммуникативных ситуаций, в которых коммуникация происходит.

Коммуникативная ситуация – это конкретное пространство (место, время, условия, участники и другое), в котором человек или люди производят обмен информацией. Например: ваше чтение этой книги, ваш разговор по телефону, ваш просмотр телепрограммы, ваши поиски информации в Интернете, ваше размышление о том, что одеть на вечеринку, ваше общение с подругой, ваше присутствие на лекции, ваше молчание на семинаре – это коммуникативные ситуации. Человек не может оказаться вне коммуникативной ситуации, он постоянно, плавно или резко переходит от одной коммуникативной ситуации к другой. Границы между различными коммуникативными ситуациями определяются сменой конкретного наполнения элементов коммуникативной ситуации. Число возможных коммуникативных ситуаций бесконечно, как и их разнообразие. Коммуникативные ситуации невоспроизводимы и неповторимы. Они не поддаются типологизации, в отличие от стратегий, тактик, приемов, сценариев, стереотипов, которые проявляются в коммуникативных ситуациях. Хотя этот термин активно используется в работах по коммуникации, он не обладает объяснительной силой, а лишь констатирует включенность речи во внешний контекст. Объяснять суть и специфику коммуникативных процессов через характеристики коммуникативной ситуации – это то же самое, что объяснять функциональность компьютера, его возможности тем, что его системный блок такого-то цвета, такой-то формы и так-то гудит. Не существует коммуникативной ситуации вообще как некой абстракции, она всегда конкретна. В структурном отношении коммуникативная ситуация состоит из нескольких обязательных компонентов: *источника, приёмника, канала коммуникации, средства коммуникации, шума, фона*, и одного факультативного – *посредника*. Эти компоненты также не существуют как источник вообще, приемник вообще и т.д., они всегда конкретны для конкретной ситуации.

Источник (автор, адресант, говорящий, коммуникатор, отправитель, передатчик) – это компонент *коммуникативной ситуации*, объект или лицо, которые продуцируют в пространство и время поток *знаков* и *сигналов*. Например: автор письма; собака, которая радостно лает, завидев хозяина; человек, который регулирует охранительный свет маяка. Причины продуцирования знаков и сигналов могут быть самыми различными, от воспроизведения разговора с самим собой и повторения вслух заученного слова до осознанной манипуляции конкретным человеком в локальном пространстве и человечеством в мировом масштабе. Источник и инициатор не всегда совпадают. Так, активность источника всегда означает начало коммуникации, но сама эта активность может инициироваться как другим участником коммуникации, так и внешними по отношению к обоим участникам условиями (землетрясение инициирует сообщение диктором радио соответствующей информации).

Приёмник (получатель, реципиент) – это компонент *коммуникативной ситуации*, лицо, животное, материальные объекты, механические устройства, идеальные образования, которые воспринимают *информацию*. Например: приёмниками для дыма, вызванного сгоранием вещества, могут быть лица, которые его видят, обоняют, или датчики пожарной сигнализации; приёмниками для текста романа И. С. Тургенева «Дым» могут быть читатели или считывающее устройство компьютера; приёмниками для декоративного дыма на сцене во время эстрадного шоу могут быть зрители или телекамеры. Приёмники подразделяются на два основных типа: *адресаты и слушающие*. **Адресат** – это приёмник, к восприятию которого непосредственно обращен *информационный поток*, или который предназначен для восприятия именно данного *информационного потока*. Например: адресат письма; датчик противопожарной сигнализации. **Слушающий** – это приёмник, к восприятию которого данный *информационный поток* непосредственно не обращен, но он улавливает его в силу некоторых причин. Например: третье лицо, которое вольно или невольно подслушивает чужой разговор; собака соседа, бросившаяся выполнять ту команду, которую вы адресовали своей собаке.

Канал коммуникации – естественная среда или техническое средство, при помощи которых или посредством которых осуществляется *трансляция знаков и сигналов* в рамках *коммуникативной ситуации*. В *коммуникативных ситуациях* могут быть задействованы один или несколько каналов коммуникации. Например: при разговоре за столиком в кафе каналом коммуникации будет воздух, при общении по телефону – воздух и все технические средства, которые использует АТС.

Средство коммуникации – это знаки и сигналы, при помощи которых, в рамках *коммуникативной ситуации*, передается *информация*. Таким средством может быть любая совокупность любых знаков, более или менее развернутая или сжатая. Например: слова, жесты, огни светофора, флажки, изображение на экране телевизора и т.д.

Шум – это совокупность разного рода помех, которые затрудняют *коммуникацию* и искажают *информацию*. Шум может продуцироваться всеми компонентами *коммуникативной ситуации*. Например: недостатки *канала коммуникации*; значительное несоответствие уровней знаний *источника* и *приёмника*. Шум может иметь естественное происхождение и создаваться искусственно. Например: в советское время шум был доминирующим компонентом в средствах массовой информации: глушилки, намеренное искажение информации, замалчивание, трансляция бессмыслицы и т.д.

Фон – совокупность внешних условий, в рамках которых реализуется *коммуникативная ситуация*, которые оказывают влияние на ее развитие в целом. С точки зрения эффективности получения *информации приёмником*, фон может быть благоприятным, неблагоприятным и нейтральным.

Эти характеристики фона тесно связаны с уровнем *шума*, но не тождественны ему, поскольку фон – это один из факторов, продуцирующих *шум*, понижающих или повышающих его уровень. Например: «По моей прикладной философии любое хорошее блюдо, как хорошая книга. <...> Декорации тоже немало значат. Извольте припомнить: любая книжка, когда в приемной у дантиста перелистываешь, блекнет... А летом на стогу, под аккомпанемент ветра и шмелей, каждая строка медленно под кожу входит. Или, к примеру, гимназические маевки. Помните? Холодную котлету ешь, апельсином с кожей закусываешь и чувствуешь себя по меньшей мере Буцефалом на подножном корму. Не в молодости одной дело, – принесите тому же гимназисту ту же котлету в карцер, она ему жеваным корешком тригонометрии покажется...» (Черный С. Настоящий буйабес). Фон, как и любой компонент коммуникативной ситуации, может определять адекватность восприятия информации, вызывать расположенность к ней или отторжение.

Посредники – это факультативные компоненты *коммуникативной ситуации*, лица или объекты, которые в рамках *коммуникативной ситуации* осуществляют тот или иной семантический перевод (перекодировку) *знаков*, исходящих от *источника* к *приёмнику*. Например: экскурсовод в музее, переводчик с одного языка на другой, дешифровщик, спортивный комментатор, лектор, ведущий новостной программы, актер кино, копирайтер в общем процессе разработки и изготовления рекламы и т.д. Коварство современного коммуникативного пространства состоит в том, что многих посредников воспринимают в качестве источников информации.

Хотя коммуникативные ситуации предельно разнообразны, существуют попытки выделить среди них относительно однородные, сходные, типовые ситуации или **фреймы**. Фреймы включают в себя обобщенные характеристики места, времени, условий общения, участников, их целей и задач, их информированности. Например: фрейм «лекция»: место – большая аудитория вуза; время – от начала лекции до конца лекции, начало и конец времени лекции устанавливается расписанием; условия – хорошая освещённость, наличие удобного рабочего места для каждого из участников (стул, стол – для студента; кафедра, доска, мел, тряпка – для преподавателя); участники – преподаватель и студенты; цели: преподавателя – сообщить отобранную из разных источников и структурированную в процессе подготовки информацию по теме; студента – осмыслить и конспективно зафиксировать услышанное; информированность: преподаватель обладает обширными знаниями по предмету, студент – знаниями, достаточными для осмысленного восприятия информации. В целом фрейм – это условная категория, которая нивелирует особенности коммуникативных ситуаций и тем самым не позволяет продуктивно её использовать. То, что вы видите на реальной лекции – это коммуникативная ситуация, а то, что она должна

собой представлять – это фрейм, описанный выше. Если вы сравните одно и другое, то вам станут понятны различия этих категорий.

Совокупность переданной в рамках коммуникативной ситуации информации называется **сообщением**. Признаки сообщений включают в себя характеристики направленности (монолог, диалог, полилог), ориентированности на компромисс или отстаивание своей точки зрения (сообщение «к сведению», обсуждение, спор, полемика), состава и особенностей частей (обращения, вступительной части, основной части, заключения), прагматической ориентированности (информирование или воздействие), стилистической маркированности языковых единиц. Так, лекция как тип сообщения представляет собой монолог с элементами диалога в вопросно-ответной форме, сообщаемая информация не обсуждается (для этого предусмотрены семинары), состоит из формулировки темы, целей, задач, плана во вступительной части, формулировки основных проблем, обозначения и критики путей их решения в основной части и обобщений в заключительной, предполагает информирование в расчете на рациональное осмысление, опирается на средства научного стиля и принципы научной этики.

Совокупности коммуникативных ситуаций по признакам тематического и функционального подобия объединяются в **дискурсы**. Среди дискурсов можно выделить прагматически ориентированные на воздействие. Это дискурсы СМИ, рекламы, религиозный и мистико-магический дискурсы, психотерапевтический дискурс. Для фреймов этих дискурсов характерно использование особенностей места и времени: СМИ ловят нас дома, в автобусе, других местах, где наше сознание не занято решением важных задач; реклама давит на нас везде и всегда, заставляя себя воспринимать; религия и магия используют место и время, окутанное ореолом святости и таинственности; психотерапия ориентируется на расслабляющую обстановку и эффективное для воздействия время. Для фреймов этих дискурсов характерно доминирование отправителя над получателем, приписывание отправителю значительно большей информированности. Тексты этих дискурсов однонаправленны, не предполагают никакого обсуждения, опираются на экспрессивные средства разговорно-бытового, публицистического стилей и стиля художественной литературы.

Поведение человека в различных коммуникативных ситуациях, дискурсах, фреймах и сообщениях исследователи пытаются осмыслить не одно десятилетие и предлагают для его описания различные термины. Среди них наиболее известными являются: роль, позиция, социальная ориентация и личностно-ценностная ориентация. Кратко рассмотрим их.

Ролью обычно называют совокупность стереотипов и черт поведения. В основном исследователи считают, что существует одна роль, играя которую человек может легко воздействовать на другого человека: «Боже-

ство... В нём сверхчеловеческая мощь и власть, недостижимая мудрость, непостижимое право карать и миловать... Перед ним остаётся лишь лечь лицом в пыль и с благоговейной покорностью ждать своей участи» (Гончаров, 2005. С. 30). Причём «божество» может иметь разные проявления, так или иначе предполагающие безоговорочное следование адресата «повелениям»: покровитель – могучий и властный человек, проявляющий признаки участия в решении проблем собеседника; кумир – человек, пользующийся всеобщим восхищением, может быть к собеседнику не только добрым; господин – награждает за послушание, карает за неподчинение; авторитет – человек, который хорошо разбирается в каком-либо деле, к его слову лучше прислушаться; ловкач – человек, способный совершить, казалось бы, невозможное, за счет хитрости или особых навыков; удав – человек, который изучает слабые места собеседника и в любой момент готов психологически задушить его; дьявол – человек, играющий на завораживающем ореоле зла (Гончаров, 2005. С. 31 – 32).

Э. Бёрн (Berne, 1964), американский психиатр, основатель так называемого транзакционного анализа, рассматривая ролевое поведение в коммуникации, утверждает, что в ходе коммуникации происходит обмен «ударами», «стимулами», «пинками», «уколами», явными или скрытыми, непосредственными или опосредованными, элементарными или сложными, вербальными или невербальными. Транзакция и есть единица подобного знакообмена. При этом выделяются три основных личностных позиции:

1) *позиция ребёнка* – зависимого, подчиняемого и безответственного существа. Сильные стороны такой позиции – раскованность, фантазия, творчество, импульсивность, любопытство; слабые – беспомощность, неуверенность, пугливость, несдержанность и доверчивость;

2) *позиция родителя* – независимого, неподчиняемого и берущего на себя ответственность. Его сильные стороны – уверенность в правоте, способность к покровительству и защите слабого; слабые – безапелляционность, догматизм, чувство превосходства и права наказывать;

3) *позиция взрослого* – умеющего понимать интересы других людей, считаться с ситуацией, распределять ответственность. Сильными сторонами здесь являются: понимание относительности догм, контроль над своими действиями, трезвость оценок; слабыми – скептицизм, недооценка эмоций, бедность фантазии, скованность.

Смена позиций, в зависимости от ситуации, помогает человеку адаптироваться, гибко реагировать на коммуникативное поведение собеседника. В целом схему коммуникативного акта, с учетом ролевого взаимодействия, можно представить так: 1) фаза взаимонаправленности – возникновение у партнеров установки на внешнюю коммуникацию; 2) фаза взаимотражения – ролевой обмен, в котором люди принимают актуальные друг для друга роли; 3) фаза взаимоинформирования – игра ролей (пассив-

ное – в соответствии с ролевыми ожиданиями партнера, активное – вопреки ожиданиям); 4) фаза взаимоотключения – сворачивания общения.

Различают восемь видов социальной ориентации: 1) житейская – потребность в контактах удовлетворяется путём участия в деятельности и заботах своей среды, потребность в самоутверждении – через признание своей полезности и симпатичности окружающими; 2) творческая – потребность в контактах удовлетворяется через общение с теми, кто способен проявлять сопричастность и готов к сотворчеству, потребность в самоутверждении – через творческие достижения, независимо от их признания другими; 3) гражданская – потребность в контактах удовлетворяется через совместную деятельность, приносящую общественное благо, потребность в самоутверждении – через поступки, характеризующие человека как принципиального, готового к самопожертвованию; 4) активно-жесткая (эксплуататорская, садистическая) – потребность в контактах удовлетворяется за счёт подчинения себе других, потребность в самоутверждении – посредством борьбы с любыми проявлениями соперничества; 5) пассивно-уступчивая (рабская) – потребность в контактах удовлетворяется в угождении, потребность в самоутверждении – в услужении наиболее сильным и авторитетным в среде субъектам; 6) накопительская – потребность удовлетворяется в контактах с людьми, от которых можно получить какую-либо выгоду, потребность в самоутверждении – в постоянном преумножении материально-ценной собственности; 7) рыночная – потребность в контактах удовлетворяется через общение с людьми, актуально (в данный момент) имеющими вес в обществе, потребность в самоутверждении – через демонстрацию своей близости некоему избранному кругу; 8) отшельническая – потребность в контактах удовлетворяется с теми, от кого не приходится ждать обмана или издевательств, а потребность в самоутверждении – в причастности к кругу «своих», влиянии на этот круг.

Выделяются и личностные ценностные ориентации (ср. с иерархией потребностей по А. Маслоу): 1) ценности сугубо витального (жизненного) уровня: вкусно поесть, помыться и т.д.; 2) ценности межличностного уровня: пообщаться, завязать знакомство, проучить обидчика и т.п.; 3) ценности ментального (умственного) уровня: решить задачу, создать техническое устройство и т.д.; 4) ценности социального уровня: успех, известность; 5) ценности духовного уровня: понимание великих идей, борьба за идеалы и др. Умение ориентироваться в принимаемых собеседником ролях, его коммуникативных позициях, социальных и личностных ценностных ориентациях позволяет лучше настраивать и поддерживать контакт с собеседником, более эффективно решать коммуникативные задачи и достигать цели в общении.

В принципе любая роль, позиция, социальная или личностно-ценностная ориентация, при её квалифицированном исполнении, позволя-

ют эффективно осуществить воздействие. Более того, использование перечисленных терминов представляется недостаточно содержательным, с лингвистической точки зрения. Сущность описываемого явления, его формальные и функциональные признаки более точно выражаются в термине «тактика».

Есть исследователи, которые утверждают, что можно выработать универсальные рекомендации по эффективному управлению коммуникативной ситуацией, в частности, определяются так называемые **принципы организации общения**:

1) *Принцип последовательности* определяет закономерное продолжение или завершение коммуникативного акта: вопрос предполагает ответ, приветствие – взаимное приветствие, просьба – принятие или отклонение и т.д. Отступления от этого принципа в речевой практике очень частотны и зафиксированы в языковом сознании в форме анекдотов, типа: – А, правда, что одесситы всегда отвечают вопросом на вопрос? / – А почему Вы об этом спрашиваете? Нарушением этого принципа являются также уход по-английски, незамечание просьбы, формальное приветствие, которое не предполагает начала собственно разговора, ответы на комплименты.

2) *Принцип предпочитаемой структуры* регулирует принятие или отклонение просьбы: принятие осуществляется сразу и выражается односложно, отказ даётся после паузы и сопровождается объяснением, указанием причин отказа. Продолжительная пауза является знаком ожидания более выгодных условий. То есть, с точки зрения коммуникативной эффективности, лучший способ получения любых выгод – молчание («Сколько раз мы молчали по-разному. Но не против, конечно, а за.» (А. Галич)).

3) *Принцип кооперации* Г. П. Грайса, который предполагает, что вступившие в коммуникацию стремятся к достижению некоторой общей цели. Принцип кооперации уточняется рядом максим: 1) максима качества требует сообщения только достоверной информации (как в случае общения с адвокатом и врачом). Следствия-постулаты: не говори того, что считаешь ложным; не говори того, в истинности чего сомневаешься; 2) максима количества требует сообщения информации строго в необходимом объёме. Следствия-постулаты: не говори больше, чем требуется в данной ситуации, и не говори меньше, чем требуется в данной ситуации; 3) максима относительности требует соответствия информации теме коммуникации. Следствие-постулат: не отклоняйся от темы; 4) максима способа изложения требует сообщать информацию в ясной и недвусмысленной форме, поскольку двусмысленность создаёт ситуацию, при которой сообщение может быть интерпретировано не так, как задумывалось. Если бы люди всегда следовали принципу кооперации, они превратились бы в безэмоциональных «биороботов-зануд», работающих по логичной, строго опреде-

ленной, но единственной программе, или в машины без рулевого управления, которые едут по извилистой дороге.

4) *Принцип вежливости* Дж. Лича регулирует не столько характер информации, сколько специфику межличностных отношений в коммуникации. Этот принцип также уточняется перечнем максим: 1) максима такта предполагает отказ от обсуждения потенциально опасных или неприятных собеседнику тем; 2) максима великодушия требует отказаться от обременения собеседника клятвами и обещаниями; 3) максима одобрения требует позитивного отношения к собеседнику и третьим лицам. Не следует выражать негативное отношение даже в том случае, если собеседник просит Вас подтвердить его негативное мнение о ком-либо, поскольку такая просьба может быть средством сбора компрометирующей информации, а сама информация о Вашем негативном отношении к кому-либо может быть передана тем людям, которым Вы бы не хотели её сообщать; 4) максима скромности требует не принимать похвал в свой адрес. Это не предполагает, конечно, принижения своих достоинств: самооценка должна стремиться к объективности; 5) максима симпатии требует выражения позитивных установок по отношению к собеседнику вербальными или невербальными средствами; 6) максима согласия требует не отвергать мнения собеседника полностью, искать в нем рациональные зерна. Эти установки, в принципе, хорошие, часто воспринимаются как односторонние: «им должны следовать все, кроме меня». Ограниченность этого принципа ярко проявляется в ситуации, когда вы видите, что вор крадет из вашей сумки кошелек: следуя Дж. Н. Личу, вы не можете упоминать о краже, требовать прекращения злодеяния, а, наоборот, должны похвалить вора и скромно, потупя взор, пожелать успехов в его нелегком деле. Если бы все люди следовали этому принципу, они бы превратились в обезьян, сидящих на деревьях и обменивающихся комплиментами.

5) *Принцип равной безопасности* предполагает отказ от причинения собеседнику психологического или какого-либо другого вреда, особенно если собеседник не может, в силу своего статуса или характера, ответить на грубость, некорректные намёки или применение с вашей стороны физической силы. Видимо, в соответствии с этим принципом, человечество до сих пор наказывает своих и чужих детей.

6) *Принцип адекватности* требует отказаться от причинения ущерба сказанному путём намеренного искажения смысла. Если сообщение недостаточно понятно, лучше уточнить, что имел в виду отправитель, чем руководствоваться искаженной Вами же информацией. Если даже предположить, что стопроцентное понимание возможно, люди в таком случае потеряли бы способность к воображению и обросли бы страницами из непрочитанных книг. Поскольку человек не мог бы исказить смыслы, он бы не смог и породить их – только повторял бы сказанное кем-то.

7) *Принцип рефлексивного слушания* требует постоянной демонстрации того, что вы воспринимаете информацию внимательно и вдумчиво. Не забывайте во сне качать головой – вдруг с вами кто-то разговаривает.

8) *Принцип децентрической направленности* требует отказаться от амбициозных эгоцентрических интересов, мешающих достижению цели общего дела. Например: студент, запрашивающий более высокую оценку, решает свою ближайшую задачу, но вредит взаимоотношениям с преподавателем и в конечном счёте себе как специалисту. Это люди-ангелы. Но ангелы живут в раю, а люди – на грешной земле.

Принципы организации общения и максимы, как видно из сделанных комментариев, на практике часто не работают, во многом идеализированы, но разумное следование им может в ряде случаев значительно облегчить общение и создать положительное впечатление о Вас как собеседнике. Следование этим принципам ограничено решением задач рационально ориентированного обмена информацией. Более того, все они препятствуют притоку новой энергии в информационное пространство, превращают людей в логические схемы. Многие, что связано с речевой коммуникацией и, в частности, с воздействием лежит за их пределами. Так, например, Т. А. ван Дейк говорит о том, что художественное произведение строится на отступлениях от максим Грайса.

Кроме принципов организации общения, в рамках прагмалингвистики и теории коммуникации, выявлен перечень условий успешного общения, отступление от которых приводит к коммуникативным неудачам:

1) Взаимная заинтересованность в общении. В типичной ситуации уличного знакомства, если объект Ваших интересов не намерен знакомиться, то общения не будет.

2) Отсутствие помех. При этом помехи могут быть физическими (стены, шум), психологическими (усталость, погруженность одного из собеседников в себя, различие психологических состояний), а также связанными с присутствием нежелательных участников или свидетелей разговора.

3) Наличие общих составляющих опыта. Вспомните выпускной вечер с характерными обещаниями продолжать общаться. Через некоторое время, встретившись с одноклассниками, вдруг понимаешь, что поговорить, в общем-то, не о чем. В такой ситуации люди обычно обращаются к воспоминаниям.

4) Наличие отличающихся составляющих опыта. От невозможности соблюдения этого условия сильно страдают люди, вынужденные общаться долгое время с ограниченным кругом людей: космонавты, подводники. Отсутствием нового опыта можно объяснить отказ школьника от развернутого ответа на родительский вопрос: «Что в школе?».

5) Стремление к следованию принципам организации общения.

И в плане ситуации, и в плане организации общения одну из основных ролей играют **невербальные средства общения** – знаки, регулирующие поведение собеседника, уточняющие смысл сказанного, отражающие коммуникативные установки говорящего.

В самом общем виде невербальные средства коммуникации могут быть двух типов: *жесты в широком смысле слова* (собственно жесты, мимика, поза – всё, что связано с активным поведением, относительно независимого говорящего) и *дислокация* (обстановка говорящих, относительно друг друга).

Мимика – выражение лица говорящего – наименее контролируемая часть невербальных средств коммуникации. Движения частей и микродвижения мышц лица не замечаются говорящим и могут либо подтверждать, либо опровергать вербальную составляющую сообщения, независимо от воли говорящего. Приведём такой пример: М. И., которая работает на одном предприятии со своей дочерью О. Ю., после одного из совещаний посоветовала ей не так открыто выражать своё негативное отношение мимикой, на что получила ответную рекомендацию самой поступать так же. М. И. отметила невыраженное словами негативное отношение, «написанное на лице» другого, но не заметила выражения своего собственного лица. В передаче информации задействованы брови (поднятые вверх сигнализируют о заинтересованности; опущенные вниз – о недовольстве и другое), губы (плотно сжатые – они говорят о дискомфорте; расслабленные – о комфортности ситуации; улыбка сигнализирует о симпатии к собеседнику; опущенные уголки губ – об эмоциональном расстройстве и другое), лоб (складки, возникающие при движении бровями, акцентируют передаваемые последними смыслы). Однако самым активным средством мимики являются *глаза*.

В отношении глаз имеет смысл сказать о сигнальных возможностях перемещения век, направления взгляда, поведения радужной оболочки и зрачка. Веки могут быть в разной степени открыты и с разной частотой смыкаться. Широко открытые веки сигнализируют о сосредоточенности на внешней информации; прикрытые – о погруженности в размышления; повышенная частота моргания (при норме один раз в 3 – 4 с) – о лжи, страхе; пониженная – о недоверии и агрессивности. Направление взгляда указывает на характер обрабатываемой мозгом информации и форму работы с ней (взгляд вверх говорит о том, что человек обрабатывает визуальную информацию, вбок – аудиальную, вниз – кинестетическую; направление взгляда вправо указывает на восстановление известного образа (вспоминание), влево – на конструирование образа (придумывание)), коммуникативные установки (визуальный контакт – взгляд глаза в глаза – менее 1/3 времени указывает на ложь или стеснение (при этом мужчины обычно отводят взгляд в сторону, а женщины – вверх), подчеркнуто продолжительный

визуальный контакт выражает претензию на доминирование или агрессивный настрой; взгляд ниже уровня глаз собеседника – на сексуальную заинтересованность и т.д.). Ширина зрачка указывает на то, доволен или недоволен человек ситуацией или её развитием (если покупатель на рынке требует снизить цену, но его зрачки при этом расширены, значит, установленная цена его изначально устраивает; если зрачки картёжника сужены – значит, он блефует), зрачок может обезоружить соперника (вспомните несчастный взгляд кота в мультфильме «Шрек-2») или испугать его (только что упомянутый персонаж, используя свой зрачок, сначала обезоруживает противников (расширенный зрачок), а через секунду вводит их в состояние ужаса (зрачок, суженный до точки)). Интенсивность цвета радужной оболочки в целом характеризует внимание к объектам внешнего мира (когда человек погружается в свои переживания или полностью отдаётся своим чувствам, его глаза мутнеют: от удовольствия, гнева и т.д.).

Жесты в узком смысле – движения частями тела – представлены следующими типами:

1) *механические* – непреднамеренные действия, никак не связанные с содержанием сказанного (верчение пуговиц, наматывание волос на палец, почёсывание уха, постоянные манипуляции с предметами). Сама непреднамеренность здесь интерпретируется как проявление неуверенности, недоверия или лживости. Впрочем, монотонное «бессмысленное» движение предметов может использоваться для погружения собеседника в состояние гипнотического транса (женщины часто раскачивают подвеску на цепочке, известный персонаж передачи Виктора Шендровича «Итого» «мозговед», в исполнении Андрея Бельжо, постоянно вращал в руках ключи от больничных палат);

2) *ритмические* – размахивание рукой, покачивание головой в такт речи. Эти жесты выполняют функцию логического удара, подчеркиваемое слово при этом обычно произносится по слогам. Хотя, если ритмический жест сопровождает чужую речь, то это указывает на загипнотизированность жестикулирующего (часто такую реакцию подчиненных можно наблюдать, когда говорит начальник);

3) *эмоциональные* выражают разнообразные оттенки чувств. Большинство таких жестов имеет аналоги во фразеологии: «Бить себя кулаком в грудь, рвать на груди условную тельняшку, развести руками» и др.;

4) *указательные* уточняют смысл указательных местоимений и местоимённых наречий (тот, эта, там, здесь);

5) *изобразительные* уточняют характеристики предмета сообщения, используются как средство наглядности («...Испекли мы каравай. Вот такой высоты. Вот такой ширины...»);

б) *подражательные* вносят элемент театральности, пародии и представляют собой абсолютное или трансформированное копирование жестов, значимых для данной ситуации людей;

7) *символические* – движения, сообщающие разного рода регулирующую информацию:

- жесты-призывы (правая рука поднята вверх – «Внимание!», вращательное движение кистью руки – «Закругляйтесь!» и т.п.);
- жесты оценки (вращательное движение указательным пальцем у виска – «осуждение», кивание головой – «одобрение»);
- жесты готовности (раскачивание на ногах – «готовность сказать что-либо», потопывание ногами – «готовность прервать разговор» и т.д.).

Поза человека говорит о его претензиях на доминирующую роль в разговоре («сверхраскованная» поза), внимательность (наклон вперед), желание прервать разговор («стартовая поза», при которой человек опирается ладонями на подлокотники кресла), уверенность (равномерное распределение веса на обе ноги, неуверенность (перенос веса тела на одну ногу) и т.д.

Основные характеристики дислокации – *дистанция и ориентация*.

Дистанция – это расстояние между собеседниками. Рекомендуемые в разных ситуациях расстояния зависят от национальной культуры (у японцев оно меньше, чем у русских), заселённости территории проживания (у сельских жителей это расстояние больше, чем у городских), конкретной ситуации (в автобусе, лифте допустимо даже отсутствие дистанции). В пособиях по коммуникативной культуре часто приводят такие данные: 0 – 15 см – «сверхинтимная» зона, в неё допускается ограниченное число наиболее близких людей; 15 – 50 см – «интимная» зона, в неё допускается небольшое число близких людей; 50 – 120 см – расстояние межличностного общения; 120 – 370 см – расстояние делового общения; 370 см и более – публичное расстояние (разговор с большой группой людей). Следуя этим нормам, человек превратился бы в героя дешевой американской комедии «Парень из пузыря».

Ориентация – расположение собеседников относительно друг друга. Если собеседники расположены лицом к лицу, то такая ориентация называется *прямой*, она характерна для разговора сидящих за столом соперников и для разговаривающих женщин. *Непрямая* (несколько под углом) ориентация может быть симметричной и несимметричной. Несимметричная ориентация указывает на претензии собеседников, относительно ролей в данной ситуации общения, или на включение/исключение лица из круга лиц, допущенных к разговору.

Особого внимания заслуживает дислокация собеседников за столом: соперники обычно садятся напротив, причем в случае с прямоугольным столом характер расхождения позиций отражается и в выборе сторон стола (чем меньше собеседники склонны к компромиссу, тем более ожидаемо их

расположение по дальним сторонам стола). Люди, занятые общим делом, обычно садятся рядом (разгадывать кроссворд, разглядывать присутствующих). Те же, кто настроен на доверительную беседу, обычно садятся по диагонали, при этом устанавливается небольшая дистанция и симметричная непрямая ориентация. Часто место для беседы устраивается нужным образом, например, врачи размещают больных через угол стола (по диагонали, чтобы стимулировать доверительность).

Не последнюю роль в управлении поведением, ощущениями собеседника играет выбор мебели: низкий стул за маленьким столиком – для гостя, равно как и массивность кресла и стола хозяина указывает на использование хозяином помещения психологических средств подавления.

Оборудование помещения может соотноситься с оборудованием гипнотария – специального помещения для гипнотерапии. Для последнего характерны: закрытость, изолированность от внешнего шума, хорошая звукоизоляция, светоизоляция (плотные шторы), спокойная, в пастельных тонах, окраска стен, обитая «дермантином» дверь, коврики, паласы или дорожки на полу, которые скрадывают шум шагов, декоративные предметы (растения, аквариум) и т.д. Это может указывать на осознаваемое или неосознаваемое стремление к использованию суггестивного воздействия.

Рассматривая общение как игру, Э. Бёрн приводит типичные для таких игр темы: мужские (футбол, хоккей, автомобиль, бизнес, политика, женщины), женские (покупки, дети, кулинарные рецепты, новости в семейной жизни общих знакомых, болезни, мужчины), общие (погода, нашумевший роман, фильм, недостатки в системе обслуживания, сенсация-новости медицины, педагогики, международное положение).

Тема текста раскрывается на базе некоторой модели мира – классификационного каркаса обработки информации, который может заполняться разным содержанием (Топоров, 1982). С таким представлением о модели мира соотносится философское представление о метафоре мира, которая предопределяет восприятие действительности. Т. В. Цивьян утверждает, что в основе модели мира лежит система бинарных оппозиций: 10 – 20 пар противопоставленных признаков пространства (верх/низ, правый/левый, близкий/далекий и другие), времени (день/ночь, свет/мрак и другие) и других (жизнь/смерть, природа/культура, чет/нечет, белый/черный, мужской/женский, старший/младший, свой/чужой, я/другой, сакральный/мирской и др.). Этот набор признаков проецируется на аксиологическую ось (оппозиция добро/зло, хороший/плохой) (Цивьян, 2003).

Модель мира организует систему представлений о мире и их оценки. Например: в христианской религиозной модели мира основной оппозицией выступают Бог (Христос) и дьявол, все факты и мнения оцениваются как божеские или дьявольские; в научной модели мира такой оппозицией являются противопоставление истины (соответствия знания действитель-

ности) и заблуждения; в модели мира общества потребления эталоном оценки являются богатство и бедность.

Кроме перечисленных, есть еще ряд важных понятий: коммуникативная установка, коммуникативная ловушка, вербальный шок, стимульное высказывание, высказывание-реакция, база коммуникативного взаимодействия, коммуникативная ценность высказывания, то есть наличие у последнего актуального и продуктивного для развития коммуникации смысла.

Коммуникативная установка – это оформленное определенным способом намерение, с которым говорящий вступает в коммуникативный контакт, это реализованное в речи желание, которое он преследует, формально выраженный настрой на достижение коммуникативной цели. Коммуникативная установка проявляется в единстве трёх взаимосвязанных факторов: что, каким способом хочет сказать говорящий, и с какой целью он это делает; иными словами, что является основным содержанием его речи, оформленным тем или иным образом. «Что» предполагает сообщение информации о предмете разговора, собеседнике и себе, а также о внеположенных разговору темах и лицах, то есть, в принципе, сообщение любой информации. «Каким способом» предполагает характер языкового оформления, на поверхностном уровне – это прямой, косвенный или зашифрованный способы представления информации. «С какой целью» предполагает характер воздействия, эффекты управления поведением, состоянием собеседника и (или) ходом разговора. Эти три составляющие реализуются симультанно, и именно в точке их реализации (в зависимости от степени обобщенности установки) возникают конкретные стратегии, тактики и приемы, использование которых ориентировано на все три фактора и, в идеале, на учёт внешних условий протекания ситуации. Успешность реализации стратегии, тактики и приёма зависит не только от правильного учёта всех этих факторов, но и степени адекватности, языковой компетентности говорящего, его эмоционального состояния, а также самой возможности говорить и быть понятым. Формально выраженные коммуникативные установки могут быть истинными и ложными, то есть соответствовать реальным намерениям говорящего или нет. Коммуникативная установка аналогична кнопке включения компьютера, запускающей программу. Причем, как кнопку включения нажимает рука человека, так и установка срабатывает под воздействием собранных воедино, сошедшихся в одной точке внешних условий: характеристик собеседника, среды и т.д. В конечном счете коммуникативная установка находит свою реализацию в коммуникативном действии, проходя через отбор стратегий тактик и приемов, сценариев и стереотипов. Коммуникативную установку следует отличать от целевой установки – объекта, организация которого является гораздо более сложной.

Целевая установка говорящего есть то, для чего он, собственно, говорит, с какой целью он осуществляет коммуникацию, какие личностные задачи он ставит перед собой, вступая в разговор, а попросту говоря – для чего он открывает рот и произносит слова. Например: сказать глупость, чтобы рассмешить; сумничать, чтобы показаться солиднее; ляпнуть банальность, чтобы переключить внимание; многократно повториться, чтобы остаться в памяти; немедленно согласиться, чтобы отвязались; переспросить, чтобы проявить внимание; спросить о сказанном собой, чтобы убедиться в правильном понимании. Рассмешить, показаться солиднее, переключить внимание, остаться в памяти, отвязаться, проявить внимание, убедиться в правильном понимании – всё это целевые установки. Их много в реальной речи. Они группируются на основе инвариантных черт.

Следует подчеркнуть, что целевые установки могут быть двух принципиально различных типов. Первый тип продуцируется говорящим, а второй – законами самоорганизации коммуникативного пространства. Эти два типа целевых установок находятся в постоянном взаимодействии.

Задумайтесь над следующими устойчивыми оборотами, характеризующими в равной мере спонтанную и подготовленную речь и входящими в языковую картину мира: «сначала говорит – потом думает», «сказал не подумав», «сам не понял, что (зачем) сказал», «сотрясать воздух», «мы просто болтаем», «давайте просто поговорим», «не обращай внимания на мои слова», «пустой звук». Они, как и многочисленные размышления писателей, так или иначе рассматривающих тему меры осмысленности речи, однозначно говорят о том, что речи человека не всегда предшествует четко определенная им самим цель; речь сама может диктовать свои проявления, предопределять своё собственное развертывание, сама собой порождаться. Между тем самой распространенной точкой зрения является то, что конкретным речевым реализациям предшествует некоторая абстрактная, осознаваемая говорящим целевая установка или, по крайней мере, что именно так должно быть. С последней точкой зрения связаны, в частности, поиски скрытых смыслов чужой речи, неоправданная рефлексия. Это мнение не подтверждается опытом наблюдения за речью людей, в которой реализуются ситуации и первого, и второго типов.

Целевая установка может проявляться с разной степенью абстрактности. Со степенью абстрактности целевой установки связано различие между стратегиями и тактиками. С семантическим наполнением целевой установки связаны различия между сценариями.

Коммуникативная ловушка – такой тип коммуникативного поведения, в результате которого собеседник вынужден поступить так, как этого хочет говорящий и никак иначе. То есть реакция адресата оказывается полностью предопределена, осознает он это или нет. Коммуникативная ловушка может быть реализована как отдельный прием (в один ход), как со-

вокупность приемов (в несколько ходов), либо как тактика. Целевыми установками выстраивания коммуникативных ловушек являются сообщение собеседником информации, принятие им решения или дестабилизация собеседника (вербальный шок). Например: коммуникативной ловушкой является ситуация, когда четко прогнозируемый ответ говорящего ставит его в необходимость сообщить о себе негативную информацию: «Как ты считаешь, говорить неправду хорошо или плохо?». Аналогично определяется ситуация навязываемого выбора между двумя равновеликими категориями: «Кого ты больше любишь: маму или папу?» и множество других. Следует отметить, что природа коммуникативной ловушки всегда деструктивна – она направлена на лишение собеседника права на выбор. Возможны ситуации, когда говорящий сам загоняет себя в ситуацию коммуникативной ловушки, например, в результате некоторой ошибки: «При увольнении работника на пенсию, ему выплачивается единовременное пособие в размере 15 % среднегодового заработка, исчисленного для начисления пенсии за каждый год работы на предприятии» (из коллективного трудового договора), или нелепого допущения, например, авторы пособия по культуре речи, утверждая необходимость абсолютного следования нормам литературного языка, одновременно лишают себя права даже на опечатку и недосмотр редактора. В процессе коммуникации проще и выгоднее предвидеть ловушку, рассчитывая возможное развитие событий на несколько шагов вперед, чем выбираться из неё. Кроме того, в отношении создания коммуникативных ловушек следует упомянуть поговорку «Не рой яму другому – сам в неё попадешь». Коммуникативную ловушку необходимо отличать от коммуникативной приманки.

Коммуникативная приманка – это такой тип стимульного высказывания, которое вызывает у собеседника строго прогнозируемое коммуникативное действие. При этом прогнозируемое действие не входит в противоречие с коммуникативными намерениями адресата. Собеседник ведется на приманку как бык на красную тряпку или как собака на запах колбасы. Как правило, такое высказывание является прямой или косвенной актуализацией очень важной для собеседника темы. Например, члены различных политических партий хорошо ведутся на упоминание политических оппонентов, программ, действий правительства. Чтобы не попадать на такие приманки, лучше не состоять ни в какой партии. Сообразительные студенты всегда знают, какую приманку использовать для каждого преподавателя. Коммуникативные приманки могут быть направлены на достижение различных результатов, поскольку люди реагируют на различные темы по-разному: одни темы их успокаивают, другие вызывают возрастающую агрессию и т.п. Прогнозируемое коммуникативное действие может быть не только речевым, вербально выраженным, но и невербальным (сентиментальная слеза, улыбка, аплодисменты и другое), например, коммуникатив-

ной приманкой является упоминание матери в текстах русского шансона, актуализация темы несчастной любви в поп-культуре, темы «жести» в рок-музыке, темы одиночества в авторской песне и т.п.

Вербальный шок – это особое состояние языкового сознания, возникающее в процессе разговора у одного из собеседников, которое выражается в том, что он не может ответить на реплику оппонента, испытывает чувство полной речевой беспомощности, осознаёт, что его речевое поведение в данный момент заблокировано различными факторами, чувствует состояние, близкое к оцепенению, воспринимает оппонента как победителя. Вербальный шок имплицитно включает в себя восхищение собеседником и не обязательно связан с категориями «истинное» и «ложное». Он в первую очередь связан с действительностью озвученных речевых форм (ср. устойчивое выражение «Э, как завернул!»). Это либо крайняя степень негодования, либо любование речевыми действиями собеседника. В ситуации вербального шока человек проявляет свое состояние по-разному: молчанием, невнятным «бубнением», смехом различного характера.

В общем плане механизм возникновения вербального шока можно представить так: для того, чтобы адекватно прореагировать на любую речевую форму, говорящему необходимо её оценить. Оценить же он может только в том случае, если озвученная информация допускается его системой ценностей. Если же информация не соотносится с базовой системой его ценностей, то у него нет возможности оценить, а, следовательно, нет возможности отреагировать. Здесь и возникает вербальный шок. В этой ситуации говорящим навязывается собеседнику категориальный аппарат, контрастно противоположный тому, который для него самого является базовым, то есть, например, объявляется амбивалентной строго оценочная категория, категория со знаком плюс уверенно объявляется категорией со знаком минус. Кроме того, вербальный шок связан с обманом ожидания, эффектом ошеломляющей неожиданности: коммуникант предвосхищает дальнейшее протекание коммуникации, но собеседник реализует поведение, четко противопоставленное его видению, то есть исполняет другую роль, озвучивает информацию, которая даже не предполагается к озвучиванию, или каким-либо иным способом разрушает стереотипы коммуникативного поведения. Состояние вербального шока сравнимо с зависанием компьютера, когда он не в состоянии выполнить программу вследствие ошибок, отсутствия необходимых файлов и т.п.

Факторы, которые продуцируют вербальный шок: признание правоты, грубое нарушение стереотипов поведения, неожиданный поворот темы, восхищение речью, ущербность собственных коммуникативных навыков, косность системы ценностей, неумение выйти за рамки стереотипов, декларируемый факт исчерпанности темы, непредвиденная постановка точки. С другой стороны, если человек периодически не впадает в состоя-

ние вербального шока, то можно предположить отсутствие у него системы ценностей (см. стихотворение А. Галича «О том, как Клим Петрович выступал на митинге в защиту мира»).

Состояние вербального шока может возникнуть и у говорящего, когда он понимает, что сказал то, чего в данной ситуации ни в коем случае говорить было нельзя, или что его высказывание предельно глупо, представляет его не так, как он хочет себя представить. Таким образом, в таком состоянии могут одновременно находиться и оба участника коммуникации: говорящий от собственных речевых действий, а адресат – от речевых действий говорящего.

Носителями языка сам факт существования этого состояния хорошо осознаётся, что, в частности, выражается в наличии специальных языковых форм, которые фиксируют это состояние, например, «нечем крыть», «поставить перед фактом», «челюсть отвисла», «язык проглотил», «глаза по пятаку» и другие; в английском (и теперь в русском) языке маркерами вербального шока являются первобытные выкрики: «Вау!» и «Упс!». Такие ситуации отражаются и в художественной литературе, например, в стихотворении А. Галича «Легенда о табаке»: – А почему он взял мешок? Ответьте Даниил. / – Вопрос резонный. Нечем крыть. / Летит к чертям строка. / И надо просто докурить остаток табака. Кроме того, продуцирование вербального шока лежит в основе анекдота как жанра.

В состоянии вербального шока лучше не попадать, а если попали, выходить с видом победителя, немедленно уверенно озвучивая всё равно что, например, «Не ожидал от тебя!», «Обхохочешься!», «А если подумать?» или беззлобно смеясь.

Стимульное высказывание – это такое высказывание в рамках коммуникативной ситуации, которое предполагает какую-либо ответную реакцию или прямо ориентирует на неё. Стимульные высказывания по содержанию и оформлению разнообразны, как разнообразны реакции, на которые они направлены, и как разнообразна сама речь. В самом общем виде стимульные высказывания можно разделить на прямые и косвенные. В первом случае преобладает императивная форма выражения («Замолчи!»), во втором – вопросительная или констатирующая («Почему бы тебе не замолчать? Твоя речь меня угнетает»). Стимульное высказывание может, в свою очередь, быть высказыванием-реакцией на другое стимульное высказывание

Высказывание-реакция – это такое высказывание, в рамках коммуникативной ситуации, которое является ответом на стимульное высказывание. Высказывания-реакции предельно разнообразны: они могут соответствовать или не соответствовать стимульным высказываниям, быть косвенными или прямыми, прогнозируемыми или непредсказуемыми, адекватными или неадекватными, дублирующими сказанное или сообщая-

ющими новую информацию и т.д. Высказывания-реакции могут являться стимульными для других высказываний-реакций.

База коммуникативного взаимодействия – это совокупность факторов, необходимых для реализации коммуникации, то есть совокупность общей и новой информации, общих коммуникативных навыков, соотносимость целей, комфортность коммуникативной ситуации, наличие/отсутствие подготовки к ней, гендерные возрастные, образовательные и другие социальные характеристики. Базу коммуникативного взаимодействия следует понимать как категорию, единую для всех участников ситуации, притом, что её конкретные проявления не для всех участников одинаково актуальны, а в некоторых ситуациях – противоположны. То есть для собеседников конкретные факторы из этого множества могут принимать разное значение. Чем больше факторов объединяет собеседников, тем эффективнее коммуникация, однако полное совпадение невозможно. База коммуникативного поведения подобна фундаменту здания: её также не видно, но она обеспечивает прочностью всю постройку, хотя даже дефектную базу активный коммуникативный деятель может превратить в основу эффективного общения.

Коммуникативная ценность высказывания – это удельный вес высказывания в коммуникативной ситуации, степень его значимости для развития коммуникативной ситуации, мера влияния на ход ситуации, наличие у высказывания актуального и продуктивного для развития коммуникации смыслов. Коммуникативная ценность конкретного высказывания может быть определена только в рамках конкретной ситуации, именно этим объясняются различия в восприятии одной и той же фразы разными людьми в разных контекстах, например, при цитировании или использовании коммуникативной заготовки. Кроме того, коммуникативная ценность высказывания во многом определяется по его результату, отклику со стороны адресата, поэтому квалифицированный говорящий должен обладать навыками коммуникативного прогноза, на основе анализа ожиданий адресата. При несоответствии прогнозируемой ценности и ожиданий предполагаемая и реальная коммуникативная ценности высказывания могут значительно отличаться, и в этом отличии кроются причины многих коммуникативных провалов. Следует иметь в виду, что, прогнозируя коммуникативную ценность высказывания, говорящий не может учесть всех факторов, влияющих на её реализацию, поэтому она является очень уязвимым аспектом коммуникации: говорящий может рассчитывать на высокую ценность, но получать в ответ непонимание и даже «глухоту» со стороны адресата, как и наоборот, не предполагать в нем никакой коммуникативной ценности, но получить огромный резонанс (см. известнейшую фразу В. Черномырдина «Хотели как лучше, а получилось как всегда»). Из этих ситуаций видно, что коммуникативная ценность высказывания, по большому счету,

формируется вне самого высказывания. Это характеристика, которая симультанно присоединяется к высказыванию в момент его произнесения и является результирующим, вполне реальным, основным, но формально неизмеримым (трудно представить наличие эталона или оценочной шкалы, измеряющей коммуникативную ценность) показателем места сообщения в коммуникативном пространстве. Коммуникативная ценность высказывания аналогична социальному статусу, который приобретает ребенок в момент рождения: одного пеленают в рогожу, другого – в шелк, а третьего – в горностаю. Конечно, есть возможность теоретически предположить и спрогнозировать, кем он родится, но никаких гарантий реализации прогноза нет, а статус в конечном счете определяется тем, во что его одели. Поскольку факторов, определяющих коммуникативную ценность, бесчисленное множество, она является разноаспектной, разнонаправленной, явной и скрытой, сиюминутной и пролонгированной, индивидуальной и массовой в любых масштабах, истинной и мнимой, запрограммированной и приписанной, (искусственно) раздутой и редуцированной, открытой и зашифрованной, бьющей прямо в цель (принципиальной) или рассеянной, конструктивной или деструктивной, привязанной к контексту или универсальной и т.д. На практике коммуникативная ценность высказывания определяется степенью внимания адресата и резонансом коммуникативного пространства. Формальным показателем высокой коммуникативной ценности высказывания можно считать наличие оценочных, метатекстовых стимульных высказываний и высказываний-реакций в коммуникативном пространстве, то есть оценок речи в терминологии Б. С. Шварцкопфа. Высказывания высокой коммуникативной ценности способны породить объемные тексты, посвященные именно их ценности (например, высказывание «Призрак бродит по Европе...» породило неисчислимо число таких текстов). В этом смысле коммуникативная ценность высказывания аналогична художественно-эстетической ценности текста: высокохудожественное произведение не может остаться незамеченным обществом. Высказывания высокой коммуникативной ценности способны вызывать необратимые, неуправляемые процессы изменений в коммуникативном и социальном пространствах, причем масштаб этих процессов может быть различным (от одной комнаты до всей Земли).

Социально-коммуникативный тип – это группа людей, характеризующаяся относительной однородностью способов социальной и речевой репрезентации себя. Социально-коммуникативным типам присущи единые черты поведения, разговора и включения в социальные структуры. Это понятие отражает существующее в языковом сознании стремление человека идентифицировать себя с представителями какой-то абстрактно понимаемой общности. Оно тесно связано с понятием «коммуникативная тактика», так как все люди, входящие в социально-коммуникативный тип, преиму-

щественно используют одну и ту же тактику, но одну и ту же тактику могут использовать представители разных социально-коммуникативных типов.

Следует отметить, что социальный аспект этого понятия шире, чем разграничение людей по социальной и профессиональной принадлежности. В один социально-коммуникативный тип могут входить представители как молодежи, так и пожилых людей, как врачей, так и трубогибщиков, как управленцев, так и торговцев, хотя на приобщение человека к некоторому социально-коммуникативному типу может значительно повлиять род его занятий, его окружение: это то, чем человек остается навсегда, даже переходя в другую социальную группу, пытаясь использовать другую тактику. В этих случаях отпечаток социально-коммуникативного типа настолько силен, что определяет восприятие человека коммуникативными партнерами, просвечивая сквозь наличествующий или искусственно создаваемый образ. Тип оказывается сильнее, чем роль. Коммуникативный аспект этого понятия шире, чем представление о профессиональном жаргоне, оно включает и общую характеристику коммуникативного поведения: специфику использования этикетных единиц, актуальной тематики, способов выражения мысли, способов речевого обоснования своей точки зрения, интонационных рисунков, невербальных средств общения, способов побуждения к действию. При этом представители одного социально-коммуникативного типа склонны устраивать соревнования по большему соответствию своему типу.

В числе наиболее ярких социально-коммуникативных типов можно назвать: школьных учителей, маргиналов, приживал, торговцев, успешных людей, солдафонов, обывателей, интеллектуалов, школяров, спортсменов, святых отцов, актеров, самодуров и т.д. Каждый из этих типов легко узнается собеседником и определяется с использованием языковых формул: «Ведет себя/говорит/разговаривает, как школьный учитель/маргинал/солдафон/обыватель и другое», «Типичный ...», «Классический ...», «Его/тебя не отличишь от ...». В то же время роль и неорганично реализованная тактика определяются с помощью других языковых формул: «Корчит/строит/изображает из себя ...», «Пытается казаться ...», «Прикидывается ...». Именно наличие этих языковых формул фиксирует само существование социально-коммуникативных типов, поэтому следует разграничивать представителей социально-коммуникативного типа и носителей тактики.

Представленная выше совокупность понятий активно применяется для описания коммуникации, однако она изначально включает в себя понятия разноаспектные, частично фиктивные и чисто умозрительные, не связанные с природой коммуникации. Это не позволяет построить на её основе целостной и непротиворечивой теории, объясняющей суть и характер протекающих в информационном и коммуникативном пространствах процессов. Далее подробно рассмотрены понятия, которые позволяют это сделать.

2. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ

Стереотипы коммуникативного поведения – это устойчивые представления о том, как в той или иной ситуации следует вести себя. Эти представления не имеют полного описания в справочниках, руководствах, сборниках правил и т.д., обычно никем не осознаются как регуляторы речи или сводятся к формуле «так надо», но при этом они подталкивают говорящих к тем или иным действиям, диктуют им, как вести себя в разговоре, выражаются в речевом поведении.

Представления по силе, с которой они управляют людьми, часто и во многих ситуациях превышают кодифицированные нормы. Так, существуют правила дорожного движения. Они зафиксированы в одном документе. Есть учебные заведения, которые им обучают, и есть люди, которые следят за исполнением этих предписаний. С другой стороны, существуют речевые стереотипы, которые ни в одном документе не перечислены, не входят ни в одну учебную программу и не имеют контролеров. И тем не менее речевые стереотипы люди воспроизводят гораздо более последовательно, чем действия, предписанные правилами дорожного движения. Стереотипы речевого поведения – это неписаные законы, которым неукоснительно следуют и во время дипломатического приема, и во время дружеской посиделки, и во время объяснения в любви, и во время ссоры.

По своей сути они похожи на стереотипы других сфер (культурные, социальные, возрастные, гендерные и т.д.), поэтому в ряде случаев между стереотипами речевого поведения и другими стереотипами нет четкой границы, они взаимодействуют, пересекаются друг с другом и конкретизируют друг друга для определенных ситуаций.

Стереотипы коммуникативного поведения затрагивают включение в коммуникацию и выключение из неё, уместность и неуместность речевых форм, действий, восприятие собеседника, себя самого и сказанного, эффективность речевого взаимодействия. Они связаны с оценочными шкалами хорошо – плохо, нравится – не нравится, то есть, по сути, представляют собой систему норм, не отраженных в словарях и грамматиках. Их соблюдение или несоблюдение так или иначе оценивается не только говорящим и собеседником, но и всеми участниками ситуации, прямо влияет на её результативность.

Все стереотипы могут служить базой для оправдания, оценки и объяснения своего и чужого коммуникативного поведения, мотивировки своих и чужих поступков, придания им характера естественных, закономерных, соответствующих природе нормального речевого поведения, а также обеспечивать предлоги для различных коммуникативных действий.

Коммуникативные стереотипы по тем аспектам речи, которые они регулируют, делятся на группы, которые (как и сами стереотипы) названы

в форме суждений, отражающих механизм их действия. Таких групп несколько: речевые процессы прямо зависят от физиологических; речевые действия так или иначе соотносятся с физическими; речевые действия так или иначе соотносятся с отраженной в них действительностью; речь так или иначе связана с тем, кто говорит; речь – самостоятельный элемент мира. Эти группы включают в себя различный набор стереотипов. Каждая из групп транслируется через совокупность конкретных нормативных единиц. Их можно считать вариантами общего стереотипа, адаптирующими его к конкретному аспекту речи.

Конкретные коммуникативные стереотипы находятся друг с другом в сложном взаимодействии. Они дополняют друг друга, частично дублируют или взаимно противоречат друг другу. Это следствие их стихийного происхождения. Результатами сложных взаимодействий между стереотипами и их постоянного присутствия во время речевых контактов являются дестабилизация говорящего, удовлетворенность или вербальный шок, вызванные неопределенностью того, каким стереотипом руководствоваться в той или иной ситуации, возможность манипулирования собеседником и ситуацией с помощью отбора стереотипов. При этом следует подчеркнуть, что критерии правильности или неправильности к стереотипам коммуникативного поведения, как и ко всем остальным стереотипам, неприменимы: они такие, какие есть. Человек, которого они не устраивают, похож на того, кто жалуется на дождь или сильный ветер.

Коммуникативные стереотипы выполняют противоречивую функцию. С одной стороны, они облегчают коммуникацию, простраивая её, с другой – затрудняют. Совокупность этих функций обеспечивает динамику общих коммуникативных процессов, порождает самоорганизацию речевого взаимодействия.

Стереотипы коммуникативного поведения выявлены на базе большой совокупности фактов, включающих в себя устойчивые выражения, которые фиксируют восприятие народным сознанием тех или иных форм речи, и практики речевого взаимодействия во всём её многообразии. Наличие общих черт стереотипов позволяет описать их по единому плану: общая характеристика стереотипа; устойчивые выражения, которые указывают на его наличие; традиции и коммуникативные практики, выражающие его; примеры воплощения стереотипа в художественной и эзотерической литературе; высказываниях мыслителей; поступки говорящих, которые оправдываются стереотипом; рекомендации по использованию.

2.1. Зависимость речевых процессов от физиологических

Наличие или отсутствие определенных физиологических действий напрямую обуславливает эффективность речевых. Эта группа включает в себя два ключевых стереотипа: успешный разговор предполагает еду и/или питье, переизбыток еды затрудняет речь и её восприятие.

Успешный разговор предполагает еду и/или питье

Эффективность коммуникативного взаимодействия напрямую зависит от предшествующего и сопровождающего разговор принятия пищи и/или напитков. Существует определенная последовательность действий, которая влияет на характер коммуникации. Соблюдение или несоблюдение этой последовательности воздействует на её эффективность или неэффективность. Эффективность предполагает, что прием пищи и/или напитков должен либо предшествовать речи, либо сопутствовать ей. Сначала еда и/или питье, потом разговор или разговор за столом, где присутствует еда и/или питье. Это связано с тем, что предварительная или сопутствующая разговору еда обеспечивает более комфортное состояние говорящего, помогает адаптироваться к ситуации, настраивает на благодушный лад.

Этот стереотип описан в совокупности устойчивых выражений: 1. Не спрашивают: чей, да кто и откуда, а садись обедать. 2. Наперед накорми, а там уж поспроси. 3. Напой, накорми, а после вестей поспроси. 4. Без соли, без хлеба худая беседа. 5. Хороша беседка, да подносят редко. 6. Есть чего слушать, да нечего кушать. 7. Разговоры большие, а хлеб-соль маленькие. 8. В застолье скажешь, что знаешь (то есть говори все). 9. Не за хлебом-солью сказано (дурное слово). 10. Хорошо песни петь пообедавши. 11. Натощак есть хорошо, а петь нехорошо. 12. В ногах правды нет. 13. Натощак не выговоришь. 14. С ним натощак не сговоришь. 15. Вранья на зуб не положишь. 16. Есть что слушать, да нечего кушать. 17. Кушай вареное, да слушай говореное! 18. Кум да кума (беседа), да кубышка вина. Кроме того, в сказках героями используется устойчивая формула «Ты меня накорми, напой и спать уложи. А потом расспрашивай».

Эти устойчивые выражения указывают на то, что в народном сознании существуют представления о строгих предписаниях относительно организации коммуникативной ситуации – разговор предполагает предшествующую или сопутствующую ему трапезу – и отрицательные оценки ситуации, в которых наблюдается отклонение от стереотипа, то есть разговор проходит натощак.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается совокупностью традиций, которые определяют предшествование, постоянное сопровождение или закрепление коммуникативного события едой и/или питьем: любое крупное коммуникативное событие (презентация книги, премьеры спектакля, самодеятельный концерт, конференция, защита диссертации и

т.д.) завершаются банкетом (что, по сути, является дрессировкой), сопровождается кофе-брейками, присутствующих обеспечивают напитками; свадьба сопровождается едой и питьем на всех этапах; собираясь в гости, покупают что-нибудь к чаю, бутылку вина и т.п.; удачный договор и покупку обмывают; переговоры различных уровней сопровождаются кофе, конфетами; самыми романтическими свиданиями считаются посещения ресторанов, причем, чем дороже ресторан, тем романтичнее; успешность искусственно создаваемых коммуникативных ситуаций (например, сбора одноклассников) обеспечивается подкормкой; категорический отказ от коммуникации демонстрируется различными формами выбрасывания еды, устранения атрибутов принятия пищи (плескание напитков в лицо, переворачивание стола, демонстративное складывание столовых приборов и вытирание рта салфеткой, забрасывание плохих артистов и политиков помидорами, мочеными яблоками, яйцами).

Например, Чичиков заводит разговор о деле только после того, как они с Маниловым отобедали: «Уже встали из-за стола. Манилов был доволен чрезвычайно и, поддерживая рукою спину своего гостя, готовился таким образом препроводить его в гостиную, как вдруг гость объявил с весьма значительным видом, что он намерен с ним поговорить об одном очень нужном деле». В «Теории большого взрыва» Шелдон Купер дрессировал Пенни при помощи шоколада. То же делает Иисус во время тайной вечери: он подкрепляет едой и напитками ту информацию, которую сообщает. «Женщины едят за разговорами, мужчины разговаривают за едой» (М. де Шазаль). «После хорошего обеда можно простить кого угодно, даже своих родственников» (О. Уайльд). «Стол – единственное место, где люди не скучают с первой же минуты» (А. Брилья-Саварен). «За каждым вечным вопросом (к примеру: «Что такое жизнь?») стоит другой важный вопрос (к примеру: «Что сегодня на ужин?»)». (Э. Блильянт). «Говорить за обедом, как готовить вкусную рыбу, все равно что рассказывать, как рожать чудесных детей» (Г. Малкин). «Когда человек голоден, то его мозгом становится желудок» (Б. Тойшибеков). «Наши достославные клубы зиждутся на еде и питье, то есть, на том, что объединяет большинство людей» (Дж. Аддисон). «Не корми словами вместо хлеба» (Аристофан).

Таким образом, данный стереотип оправдывает неэффективность коммуникации внешними факторами (Меня не покормили, я ничего и не сказал), подмену подготовки к коммуникативным событиям хлопотами по организации стола (Ничего не сказали, зато покормили), а также является универсальным поводом для любого коммуникативного события (Заходи на чай, поговорим о том, о сём. Давай на шашлыки съездим (в смысле «пообщаемся») или отсрочки от него (Да подождите! Сейчас за стол сядем, тогда и поговорим), уклонения от разговора в виде отказа от разделения трапезы с конкретным человеком (Я с ним за один стол не сяду).

Рекомендации по использованию: если вы собираетесь серьезно поговорить с человеком, предложите ему что-нибудь съесть или выпить; требуйте, чтобы перед серьезным разговором вас накормили, и делали перерывы для еды.

Переизбыток еды затрудняет речь и её восприятие

Этот стереотип определяет запрет на одномоментность еды и коммуникации и указывает на то, что переизбыток пищи препятствует передаче или восприятию информации. Это связано с двумя причинами. Во-первых, одни и те же органы участвуют и в приеме пищи и в произнесении речи, причем не могут это делать одновременно, а во-вторых, концентрация на физических действиях отвлекает от ментальных процессов. В обоих случаях одно действие затрудняет или делает невозможным другое. Представления об эффективности предполагают, что эти процессы должны быть разведены по времени.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Языку каши дай! 2. Смолчи язычок! Накорми язык (замолчи). 3. Прикуси язык! 4. Набери в рот воды! 5. Вот тебе сахарный кусок, заткни себе роток! 6. Не говори с набитым ртом. 7. Когда я ем, я глух и нем. 8. Сытое брюхо к ученью глухо. 9. Всякого слушать, так ни в гостях, ни дома не кушать. 10. Слово к ответу, а хлеб к обеду. 11. Ешь пирог с грибами, а язык держи за зубами. 12. Ешь больше, а говори меньше! 13. Ешь калачи, да поменьше лепечи! 14. Щи хлебай, да поменьше бай! 15. Ешь капусту, да не мели попусту! 16. При соли хлебнется (к пиву едется), к слову молвится. 17. Блюди хлеб на обед, а слово на ответ (Блюди хлеба до обеда, а слово до ответа)! 18. Меньше ври, больше ешь, спи да грезь на себя!

Эти устойчивые выражения указывают, что в народном сознании существуют представления о несовместимости большого количества еды и коммуникации в одном временном отрезке: еда существенно затрудняет порождение и восприятие речи, а увеличение количества еды приводит к сокращению количества слов.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается совокупностью традиций, которые ограничивают прием пищи в важных коммуникативных ситуациях: посты для постижения божественного предполагают существенное ограничение в еде; не едят во время произнесения кем-либо речи, тоста и т.п.; не принято есть на спектаклях, представлениях и т.д.; докладчику ставят воду, но не еду; переводчик и тамада на банкетах не едят, или едят в отведенное для этого время; не рекомендуется читать во время еды даже про себя; столы для еды и для работы строго разделяются, а в служебных кабинетах ставят отдельный столик для кофе; воспитанная барышня должна мало есть; на нормальной кафедре не пахнет едой, а пахнет кофе и сигаретами; уход на обеденный перерыв.

Например, в повести М. Булгакова «Собачье сердце» профессор Преображенский настоятельно рекомендовал доктору Борменталю не читать за завтраком газет, особенно большевистских: «Еда штука хитрая. Есть нужно уметь, а представьте себе – большинство людей вовсе есть не умеют. Нужно не только знать, что съесть, но и когда и как. И что при этом говорить. Да-с. Если вы заботитесь о своем пищеварении, мой добрый совет – не говорите за обедом о большевизме и о медицине. И – боже вас сохрани – не читайте до обеда советских газет. Пациенты, не читающие газет, чувствуют себя превосходно. Те же, которых я специально заставлял читать "Правду", – теряли в весе». Иисус, когда искушитель после долгого поста в пустыне предложил ему сказать камням, чтобы те сделались хлебами, отказался это сделать, ссылаясь на слова Моисея: «не хлебом одним будет жить человек, но всяким словом, исходящим из уст Божиих». «Хотя желудок влияет на наши мысли, люди с самыми лучшими желудками – не самые лучшие мыслители» (Вольтер (Мари Франсуа Аруэ)). «Избыток пищи мешает тонкости ума» (Сенека). «Есть и пить нужно столько, чтобы наши силы этим восстанавливались, а не подавлялись» (Цицерон).

Таким образом, данный стереотип оправдывает неэффективность коммуникации внешними факторами (Как ты можешь меня услышать? Ведь ты всё время ешь), неподготовленность пространства к акту коммуникации (Мы говорить собираемся или есть?), а также служит универсальным поводом для отказа от коммуникации (Не видишь, я ем), создания оценочных шкал и эталонов (Для тебя еда важнее), негативной оценки собеседника (Наелся и дар речи потерял).

Рекомендации по использованию стереотипа: во время важного разговора не переедайте и не перекармливайте собеседника; ограничивайте себя и собеседника в еде.

2.2. Соотношение речевых действий с физическими

Результативность речевых действий, характер их влияния оказываются тождественны или нетождественны тому, чего можно достичь с помощью действия физического (удар, увечье, исцеление, ласка и т.д.). Эта группа включает в себя четыре стереотипа: речевое действие способно заменить собой действие физическое, речевые действия по содержанию, процессу и результату ничего общего с физическими не имеют, речевые и физические действия не следует совмещать между собой в одном отрезке времени, речь способна управлять событиями.

Речевое действие способно заменить собой действие физическое

По своим характеристикам, функциям, следствиям, составу, специфике распространения и т.д. речевые действия аналогичны физическим. То есть произнести слово, сказать речь, сделать замечание, спросить, похва-

лить, поругать – то же самое, что вскопать грядку, ударить, покалечить, запрячь лошадь, построить дом и т.д. Само по себе это отождествление связано с несколькими факторами: 1) любому значительному событию предшествует словесный договор и в этом смысле оно может восприниматься как прямое следствие этого договора; 2) признание важности ментальных процессов; 3) учет того, что речь включает в себя физическую составляющую; 4) признание того, что слово организует действительность (выполняет магическую функцию).

Этот стереотип имеет одно важное следствие: считается, что прекратить распространение информации как чего-то материального можно лишь перекрыв материальный канал её распространения (запретить собрания, интернет, телефон). Ярким примером этого является решение Центрального районного суда города Комсомольска-на-Амуре об ограничении доступа к интернет-ресурсам YouTube.com и еще четырем сайтам, на которых размещались экстремистские материалы. Или «Уж коли зло пресечь: забрать все книги бы да сжечь» (А. С. Грибоедов).

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Слово не стрела, а к сердцу льнет (а пуще разит, а сердце сквозит (язвит)). 2. Брань не смола, а саже сродни: не льнет, так марает. 3. Не убьешь словом, да озадачишь (опозоришь). 4. Не бранись: не чисто во рту будет. 5. Не бранись: что исходит из человека, то его и поганит. 6. Не сквернит в уста, а сквернит из уст. 7. Молва людская, что волна морская (мирская молва, что морская волна). 8. Молва, что волна. 9. Молва, что волна: расходится шумно, а утишится, нет ничего. 10. Что слово, то и дело. 11. Сказал, как топором отрубил (как отрезал). Сказал, как узлом завязал. 12. Что выговорено, то вымолочено (выгорожено). 13. Говорит, что клещами вертит. Говорит, что клеит. Говорит, что плетень плетет. 14. Бритва скребет, а слово режет. 15. Бьет языком (баба), что шерстобит струной жильной. 16. Правда глаза колет. 17. Вранье – что дранье: того и гляди, руку занозишь. 18. Сказано – сделано. 19. Уговорец – родной братец всем делам. 20. Уговорец – делу родной братец. 21. Уговор – не спор. Уговорец – святое дело. 22. Условье – не присловье, а слово – ряд делу. 23. Что сказано, то свято. 24. Что сказано, то и сделано. 25. С дураком говорить – в стену молотить (солому молотить). 26. С дураком говорить, что в стену горох лепить. 27. Ласковое слово и кость ломит. 28. Ласковое слово пуще дубины. 29. Слово лечит, слово и калечит. 30. Уговор дороже денег. 31. Язык поит и кормит, и спину порет. 32. Язык хлебом кормит и дело портит. 33. Язык мал великим чело-веком ворочает. 34. Язык – стяг, дружину водит. Язык царствами ворочает. 35. Что слово молвит, то рублем подарит. 36. Сулил пан шубу, да не дал: ин и слово (на слове) его тепло. 37. Слово не обух, а от него люди гибнут. Слово – олово (то есть тяжело, веско). Слово лучше (крепче) печати.

38. Мал язык – горами качает. 39. Не женит отец – ин хоть словом потешит. 40. Не ножа бойся, языка. 41. Не пройми копьём, пройми языком!

Эти устойчивые выражения указывают на то, что в народном сознании существует представление о прямом отождествлении речи с физическими процессами самых различных типов, относящихся к производству, ратному делу, подаркам и наказаниям, увечьям. Важно, что они относятся как к речи одного человека, так и языка в целом.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается совокупностью традиций озвучивания производимых действий (торжественные речи при закладке первого камня; панихиды, юбилеи, открытия, закрытия, провидины), их замены словами (благодарственные письма, грамоты), а также в проговаривании своих действий людьми («Вот беру молоток, гвоздь, ставлю гвоздь, бью молотком»; «Сегодня, в этот замечательный день, мы дарим тебе...»), трудовых песнях (Эх, дубинушка, ухнем), считалках, которые распределяют функции участников в зависимости от слов, речевках, кричалках, криках «Ура», приветственных возгласах, клятвах, судебных определениях, приговорах и т.д. К этому стереотипу относится и традиция объявлять бойкот, так как в этом случае слово ценится гораздо больше, чем действие.

Например, в «Винни-пухе» А. А. Милна Пух и Кристофер Робин спасают пяточка так: «– Надо его немедленно спасти! Я-то думал, что он с тобой, Пух. Сова, ты можешь его спасти на спине? / – Не думаю, – отвечала Сова после длительного размышления. – Сомнительно, чтобы спинная мускулатура была в состоянии... / – Тогда полети к нему сейчас же и скажи, что спасение приближается, а мы с Пухом подумаем, как его спасти, и придем, как только сможем» (Пересказ Б. Заходера). В иудаизме и христианстве мир сотворяется словом: «И сказал Бог да будет свет и стал свет». Аналогичные явления обнаруживаются и в буддизме: «Если кто-то говорит или действует с чистыми помыслами, счастье следует за ним неотступно, как тень» (Дхаммапада). «Кротостью склоняется к милости вельможа, и мягкий язык переламявает кости» (Притч. 25, 15). «Иной пусто-слов уязвляет как мечом, а язык мудрых – врачует» (Притч. 12, 18). «Многие пали от острия меча, но не столько, сколько павших от языка» (Сир. 28, 21). «И всё-таки наветики страшнее, чем картечь. / Доносы и наветики страшнее, чем картечь» (А. Галич. «Гусарская песня»). «Подписано, так с плеч долой» (А. С. Грибоедов). «Ах! Злые языки страшнее пистолета» (А. С. Грибоедов). «Слово бьет иногда насмерть» (А. Грин).

Таким образом, данный стереотип оправдывает фактическое бездействие речью (Сказал, что сделаю, значит, сделаю), подмену подготовки к реальному событию многословными обсуждениями (Как ничего не делаем? Мы же обсуждаем!), а также обеспечивает универсальный предлог для

ловли на слове (– Хорошо бы нам с тобой поехать в Филадельфию! / – Давай завтра и поедем) и обвинения в бездействии человека, который молчит.

Рекомендации по использованию: будьте осторожны в выборе слов, не говорите ничего в сердцах, хорошо подумайте перед тем, как сделать какое-либо ответственное заявление; требуйте, чтобы люди делали то, что говорят.

Речевые действия по содержанию, процессу и результату ничего общего с физическими не имеют

Сказать что-либо не значит сделать это, слово не является делом, поскольку вербальное действие, как правило, не имеет сиюминутных непосредственных результатов в физическом плане: словом, в буквальном смысле, нельзя сдвинуть с места горы, ударить, исцелить и т.д. Слово по сравнению с реальным делом проигрывает и является пустым звуком. Этот стереотип обеспечивает необходимую долю коммуникативного простора, возможность отказаться от собственных слов, не делать того, что сказано, учитывать перспективу изменений, и позволяет не воспринимать единжды произнесенное слово как окончательное. Это связано с тем, что слово не всегда произносится с должными ментальными намерениями, соответствует задуманным или совершаемым действиям.

Этот стереотип зафиксирован в ряде пословиц: 1. Брань в боку не болит. 2. Спасибо на хлеб не намажешь (Спасибо не булькает, спасибо в карман не положишь, спасибо не шуршит, спасибо на плечи не накинешь, спасибо в холодильник не положишь (не поставишь), из спасибо шубы не сошьешь). 3. Брань не киснет, ветер носит. 4. Брань не дым – глаза не ест (Брань очей не выест). 5. Брань на воротах не виснет. 6. Бранят – не в мешок валят. 7. Словом и комара не убьешь. 8. От слова не сбудется. 9. На торгу за слова ничего не продают. 10. От слова до дела – сто перегонов. 11. Кто словом скор, тот в деле не спор. 12. Горлом не возьмешь. 13. Горлом изба не рубится (дело не спорится). 14. Языком капусты не шинкуют. 15. Языком и лаптя не сплетешь. 16. По разговорам всюду (годится), а по делам никуда. 17. Не та хозяйка, которая говорит, а та, которая щи варит. 18. Словом человека не убьешь. 19. Слово не обух, в лоб не бьет. 20. На словах, что на гусях, а на деле, что на балалайке (На словах, что на санях, а на деле, что на кобыле). 21. Правда не дым, глаза не выест. 22. Всяк правду ищет, да не всяк ее творит. 23. Хоть сто раз повтори слово «мед», во рту сладко не станет. 24. Много сулят, да мало дают. 25. Это на вей-ветер сказано. 26. Это вчерне говорено; можно похерить. 27. Речи, как мед, а дела, как полынь. 28. Говорит крестом, а глядит пестом. 29. Речами тих, да сердцем лих. 30. Говорит воду, а во рту сухо. 31. Говорит красно, а поглядишь – пестро. 32. Говорит прямо, а делает криво. 33. Речи, что снег (что мед), а дела, что сажа (что полынь). 34. Говорит бело, а делает черно. 35. Сладки твои речи, да не лизать их. 36. Не спеши языком, торопись

делом. 37. Твоим бы медком да нам по губам. 38. Твоими бы устами да мед пить. 39. Соловья баснями не кормят. 40. Словом не перелобанишь. 41. Слово держать, не по ветерью бежать. 42. Скоро сказано, кабы да сделано. 43. Скоро то говорится, а не скоро делается (Все скоро сказывается, да не все скоро делается). 44. Слова серебряны, посулы золотые, а впереди – божья воля. 45. Сколько ни говорить, а с разговору сытым не быть. 46. Посулил мост, ан с посулу ни конному, ни пешему проходу нет. 47. Все мы говорим, да не все по-говореному выходит. 48. И доброе слово не уймёт злого. 49. И то переговорено, что еще не сварено. Много наговорено, да мало переварено. Много не договорено, да и говореное-то еще не сварено. 50. Много говорят, да мало делают. Много обещают – ничего не дают. 51. На грубое слово не сердись, на ласковое не сдавайся! 52. На кого проговор не живет? Обмолвка – не обида. 53. Наговорили, что наварили, а глядь – ан и нет ничего.

Эти устойчивые выражения указывают на то, что в народном сознании существует представление о противопоставлении речи физическим действиям, они находятся в различных весовых категориях, сам факт произнесения ничего не значит, не является определяющим фактором, не рассматривается как заслуживающий внимания.

В коммуникативной практике этот стереотип проявляется в ряде традиций действий без их объявления, без сопровождения речью (минута молчания, безмолвные демонстрации и пикеты, уход по-английски, провожание человека вместо объяснения пути, отказ от последнего слова, безымянный дар); подкрепления слов действиями, предметами и т.п., проявляющих недоверие слову или признание его недостаточности (скрепление договора какими-либо ритуализованными действиями, включая кровь, династические браки, трапезы и т.д., обязательное подтверждение слов копиями документов, фотоснимками, предметами); многолетней словесной подготовки начальника к уходу с должности или на пенсию; отрицательной оценки профессий, основанных на слове (Актеры (писатели, журналисты, депутаты, учителя) все бездельники! Я кирпич кладу, а они всё языком мелют), а также представление о деловом человеке как немногословном.

Так, в фильме «Служебный роман» инвентаризация производится без уведомления директора, без «здравствуйте» и «до свидания». Иисус Христос подтверждает истинность своего учения чудесами и поступками. «Если кто-то твердит без усталости священные сутры, но легкомыслен и не следует им, – он чужд благочестивой жизни, он подобен пастуху, пересчитывающему чужих коров» (Дхаммапада). «Идеи могут быть обезврежены только идеями» (О. де Бальзак). «Голосуйте за того, кто меньше всех обещает: он меньше всех разочарует» (Б. М. Барух). «Доводы на большинство из нас действуют плохо. Притязания – куда лучше» (С. Батлер). «Не будь скор языком твоим, и ленив и нерадив в делах твоих» (Сир. 4, 33).

Таким образом, данный стереотип оправдывает нарушения культуры речевого взаимодействия, в частности неупотребление принятых этикетных форм, использование тактики молчальника (нет смысла разговаривать), подозрение всех и вся во лживости, параноидальную подозрительность, некоммуникабельность, социофобию, отрицательные коннотации у слов, характеризующих человека с точки зрения его речи (краснобай, болтун), а также обеспечивает универсальный предлог для авторитарности (осуществления действий, принятия решений без обсуждений), демонстративного неучитывания чужих мнений и обвинения в бездействии человека, который говорит, особенно, если он говорит красноречиво, лжи в разнообразных сферах, безосновательных обещаний.

Рекомендации по использованию: не придавайте словам большого или определяющего значения; требуйте, чтобы ваши слова ни в коем случае не воспринимались как окончательные действия.

Речевые и физические действия не следует совмещать между собой в одном отрезке времени

Исходным пунктом противопоставления здесь может быть и речь, и физические действия, но во всех случаях указывается на крайнюю нецелесообразность их совмещения. Причины этой нецелесообразности скрыто представлены через указания предпочтительности того или иного: говори, но не делай; делай, но не говори. При этом подразумеваются различные характеры речи или действий. Это связано со сложностями, которые возникают при попытке делать два дела одновременно (за двумя зайцами погонишься – ни одного не поймаешь). Кроме того, совершение двух тождественных или очень близких по содержанию действий избыточно, лишает совокупность этих действий смысла.

Этот стереотип описан в совокупности пословиц: 1. Браниться бранись, а рукам воли не давай! 2. Языком, как хочешь, а рукам воли не давай! 3. Языком играй, а руками не рассуждай! 4. Языком и щелкай и шипи, а руки за пазухой держи! 5. На словах, как на гусях, а рук не подымай! 6. Бредень бредни бредет, а мы языком щелкаем. 7. Поменьше бы слов, да побольше дела. 8. Дело знай, а попусту не бай! 9. Хватит трепаться, пора делом заниматься. 10. Не разговаривает мерин, а везет. 11. Не спеши языком, не ленись делом (а торопись делом)! 12. Полно плести, пора домой брести! 13. Языком, как хошь, а руками не ворошь. 14. Кто лает, тот не кусает. 15. Язычком-то берет, а к делу не льнет. 16. К пиву едется, а к слову молвится. 17. Слово на совет, а сила на брань. 18. Зерна мели, а много (а лишнего) не ври! 19. Зарубай, сглаживай, да никому не сказывай! 20. Меньше говори, да больше делай! 21. Молчи, пора рожь толчи! 22. Полно молоть, потолоки! 23. Не спеши языком, торопись делом.

Эти пословицы демонстрируют размежевание двух типов деятельности, необходимость концентрации на каком-то одном, указывают на то, что

только один из них, без включения другого может привести к адекватному результату. В сознании народа существует представление о недопустимости совмещать между собой словесное оскорбление и драку, рекомендации по переустройству окружающей среды и действия по её изменению, разговоры о деятельности и самой деятельности и т.д.

В коммуникативной практике этот стереотип проявляется в ряде традиций, ограничивающих совмещение речевых и физических действий (не разговаривать во время работы, не сообщать о своих планах и начатой работе, лишней раз не упоминать свои значительные достижения, благодарить зрителей или словесно, или поклоном).

Например, в повести братьев Стругацких «Улитка на склоне» злые голоса говорят: «Хватит вам разговоры разговаривать, в самом деле, договнять нужно, а не разговоры разговаривать... Видите, они бегут, а вы разговоры разговариваете!». Иисус говорит апостолам о необходимости словесной подготовки к будущим важным событиям: «Идите и во всех народах подготавливайте учеников, крестя их во имя Отца, и Сына, и святого духа, уча их соблюдать все, что я повелел вам» (Мтф. 28, 19). «Кто может – делает, кто не может – учит» (Б. Шоу). «Легче правильно сделать самому, чем объяснить, в чем ошибки другого» (Лонгфелло).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактики человека-автомата, нарушения правил со стороны тех людей, которые обязаны совмещать действия и речь (водители и кондукторы автобусов), неразговорчивость судей, немногословие конвоиров и телохранителей, молчание профессиональных танцоров, швейцаров и капельдинеров, восприятие оскорбительных слов без ударов как безвредных, а также ударов без слов как неоскорбительных. Кроме того, он обеспечивает предлог для растягивания и дублирования действий с одной и той же семантикой (сначала долго говорим, потом не менее долго делаем), это позволяет ничего не делать, откладывая действия или заполнять паузы, а также для обещаний благих и неблагих действий со своей стороны.

Рекомендации по использованию стереотипа: в один отрезок времени либо говорите, либо действуйте; просите не отвлекать вас разговорами, когда вы производите физические действия, и не вовлекать в физические действия, когда вы заняты разговором.

Речь способна управлять событиями

Особым образом организованная речь способна увеличить или уменьшить вероятность и эффективность того события, на выполнение или блокирование которого она направлена. Речевая подготовка или её отсутствие перед выполнением какого-либо дела напрямую влияют на него. Речь или её отсутствие выполняют функции настройки реальности, себя, окружающих на достижение нужного эффекта. Речь выступает в качестве необходимого первоначального этапа действия. Это связано с двумя фак-

торами: во-первых, с наделением слова магической функцией; во-вторых, с тем, что подготовка к событию до его совершения, как бы она ни осуществлялась, так или иначе на него влияет. При этом речь может быть направлена как вовнутрь (внутренняя речь и мысли вслух), так и вовне (на других людей); она является и разминкой перед действием, и самим действием. Кроме того, любое предсказание рано или поздно, в каком-либо формате всё равно воплотится, а это в свою очередь приводит к уверенности в действии стереотипа.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Беседа дорогу коротаает, а песня – работу. 2. Не похваля не продашь, не похуля – не купишь. 3. Меньше говорить – меньше греха. 4. Кто поручится, тот и помучится. 5. Кроткое слово и буйну голову смиряет. 6. Брань не запас, а без нее ни на час. 7. Языком не вымелешь (на ряде), так руками не вымолотишь. 8. Языком не расскажешь, так и пальцами не растычешь. 9. Язык голову кормит (он же и до побоев доводит). 10. Язык до добра не доведет. 11. Язык до Киева доведет (и до кия, то есть до палки, побоев). 12. Язык доведет до кабака. 13. Это сделано (построено, устроено) со словцом. 14. Худое слово доведет до дела. 15. За худые слова слетит и голова. 16. Именем того-то сделайте то-то. 17. Как корабль назовешь, так он и поплывет. 18. Как аукнется, так и окликнется. 19. Говорить беда, а молчать другая. 20. Говоря про людей, устанется, а слушая про себя, достанется. 21. Дитя не заплачет – мать не знает. 22. Достается сучке от своего язычка. 23. Живым словом победить. 24. И собаку ласково примолвишь, так хвостом вертит (так не скоро укусит). 25. Из-за пустых слов пропал, как пес. 26. Кабы на сойку (сороку) не свой язычок, век бы по воле летала. 27. Когда бы у дятла не свой носок, никто бы его в дупле не нашел. 28. И глух, и нем – греха не вем. 29. Колокольню видим, а кабака доспроситься можно. 30. Кто бы и знал, коли б не сам сказал. 31. Кто ругается, у того лошадь спотыкается. 32. Ласковое слово и кость ломит. 33. Мал язык, да всем телом владеет. Мал язык, да человеком ворочает. 34. Не выругавшись, дела не сделаешь. 35. Не обругавшись, и замка в клети не отопрешь.

В особую группу выделяются фразеологизмы, которые указывают на то, что при словесной подготовке к какому-либо действию необходимо соблюдать меру: 1. Молча легче. 2. Не накликай беду. 3. Не каркай. 4. Не забалтывай. 5. Не поминай имя господя всеу. 6. Бойся вышнего, не говори лишнего! 7. Больше говорить – больше согрешить. 8. Большое вяканье доводит до бяканья. 9. В чем проврался, в том и поплатился. 10. Взвыла собака на свою голову. 11. Во многом глаголании несть спасения. 12. Всякая сорока от своего языка гинет. 13. Много говорить – голова заболит. 14. Языце, супостате, губителю мой! 15. Лишнее говорить – себе вредить (болячку бередить). 16. Лишнее слово в досаду (во грех, в стыд) вводит. 17. Лучше не договорить, чем переговорить. 18. Лучше не досказать, чем

пересказать. 19. Молча отмолчишься, как в саду отсидишься. 20. Молчанкой никого не обидишь. 21. Кто молчит, не грешит.

Эти устойчивые выражения указывают на то, что в народном сознании существует представление о прямой зависимости результата задуманного от предварительной словесной подготовки или её отсутствия. Во всех них предшествующая речь напрямую обуславливает последующее действие. Такая обусловленность связана как с особыми типами речи (похвала, хула), так и с её полным отсутствием.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается в совокупности традиций речи, направленной на управление характером протекания тех или иных событий: магия в полном объеме (заговоры, заклинания, молитвы, обереги), обсуждения, планирование вообще, подготовка общественного мнения, предварительные отчеты, пожелания, приветственные речи, приветствия и все типы прямых и косвенных обращений, панихиды, напутственные слова, наказания избирателей и родителей на свадьбах, напоминания, памятки, завещания, воззвания, приглашения, просьбы, божба; а также в психотерапевтических методиках (аутотренингах, групповых обсуждениях, НЛП), воспитательных и дидактических методах.

Например, в сказке «Лиса и волк» лиса советует волку, после того, как он опустит хвост в прорубь, произносить: «Ловись рыбка, большая и малая». Во многих сказочных сюжетах герою нужно проделать какое-то действие молча. Иисус говорит ученикам: И если чего попросите у Отца во имя Мое, то сделаю, да прославится Отец в Сыне (Иоан. 14, 13). «Остерегайся гнева языка, смиряй свой язык! Покончи с грехами языка, учи свой язык добродетели» (Дхаммапада). «Кроткий ответ отвращает гнев» (Притч. 15, 1). «Поручительство привело в разорение многих достаточных людей и пошатнуло их, как волна морская» (Сир. 29, 20). «"Дурно, дурно", – говорит покупатель, а когда отойдет, хвалится» (Притч. 20, 14). «Обуздывающий язык будет жить мирно, и ненавидящий болтливость уменьшит зло» (Сир. 19, 6). «Кроткий язык – древо жизни, но необузданный – сокрушение духа» (Притч. 15, 4). «Великий яд для сердца – молчание» (Бурже). «Где не погибло слово, там и дело еще не погибло» (А. И. Герцен). «Снова слово становится делом / И грозит потрясеньем основ» (А. Галич. «Старый принц»). «Всякий, четырежды заявивший, что не собирается в отставку, обязательно будет отправлен в отставку» (Дж. К. Гэлбрейт).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактики базарной бабы, отсутствие принятия решений без предварительного согласования, всю канцелярскую волокиту с согласовательными подписями, теоретические экзамены как залог будущих правильных действий, прогнозы, в том числе гороскопы, фантастику, предисловия, предуведомления, вступления и введения к текстам различных типов, футурологию и служит

универсальным поводом для отказов от немедленных действий и навязчивого озвучивания своих планов.

Рекомендации по использованию: перед тем, как осуществить какое-либо действие, поговорите об этом с собой или с людьми, которым вы доверяете, или используйте словесные формулы, отражающие успешность этого действия; не допускайте, чтобы окружающие перехватывали словесную инициативу, когда речь заходит об актуальном для вас действии.

2.3. Соотношение речевых действий с отраженной в них реальной действительностью

Содержание речи в разной степени достоверности отражает то, что было, есть или будет: объекты, их характеристики, отношения, события. Восприятие меры правдивости зависит от нескольких факторов. Эта группа включает в себя пять стереотипов: многократно сказанное соответствует действительности; то, что написано (напечатано), соответствует действительности; сказанное (написанное) не всегда соответствует действительности; правда хороша и полезна; правда не всегда хороша и полезна.

Многократно сказанное соответствует действительности

Если какая-либо информация сообщается несколько раз, тем более не одним человеком, то воспринимается как истинная. То есть сам повтор играет роль показателя правдивости. Это связано с древней сакрализацией слова и с тем, что дублирование информации усиливает её вес: одна накладывается на другую и осуществляет постоянную актуализацию. Фактор неоднократности во многом исключает характеристики сказанного, традиционно вызывающие сомнение: случайность, возможность ошибки и изменения содержания сказанного со временем.

Этот стереотип описан в совокупности пословиц: 1. Народ недаром говорит. 2. Что люди говорят, то и правда (то и сбудется). 3. Как про тебя сказывали, таков ты и есть. 4. Коли двое говорят, что пьян, так поди ложись спать! 5. Один говорит пьян, другой говорит пьян – поди ложись спать! 6. Повторение – мать учения. 7. Доброе слово не грех повторить. 8. Скажи человеку сто раз «свинья» – он и захрюкает. 9. Сто раз повторенная ложь становится правдой. Кроме того, он отражен в жанре докучных сказок, например, «Про белого бычка».

В этих пословицах попутно отражены многие характеристики речи, в частности правомерность мнения толпы, но во всех них указано на неоднократность речевого действия как необходимое условие правдивости информации. В представлении народа всякий повтор устраняет сомнения.

В коммуникативной практике этот стереотип проявляется в ряде традиций неоднократного произнесения, многократного провозглашения одного и того же (троекратное приветственное «ура»); делегирование своей

речи кому-либо для подтверждения: «Я точно говорю. Правда, Иван Иванович? И Петр Сергеевич тоже сейчас подтвердит. И Семен Аркадьевич не даст соврать»; троекратные предупреждения часовых: «Стой, кто идет!», «Стой, стрелять буду»; повтор официантом заказа; переспрашивание таксистом, куда ехать; заучивание наизусть, пересказах особенно важных текстов; повторение лозунгов; тиражирование слов начальников вниз по вертикали и ссылка на них; формулы придания достоверности словам: «Я сотый раз повторяю», «Я тысячу раз говорил»; постоянные повторы этикетных формул: «спасибо», «пожалуйста», «будьте здоровы»), а также в стремлении дублировать свои речевые поступки (спросил – переспросил) и во всех типах повторов, припевах в песнях и т.д. Кроме того, проявлением этого стереотипа можно считать многократное прокручивание в уме одних и тех же отрезков речи, текстовых фрагментов, которое, по сути, является попыткой проверить их на истинность или доказать себе их истинность.

Так, в поэме Л. Кэрролла «Охота на Снарка» герой подтверждает собственную правдивость повтором: «"Вот где водится Снарк! – возгласил Балабон. – / Его логово тут, среди гор!" / И матросов на берег высаживал он / За ушко, а кого – за вихор. / "Вот где водится Снарк! Не боясь повторю: / Пусть вам духу придаст эта весть! / Вот где водится Снарк! В третий раз говорю. То, что трижды сказал, то и есть"» (перевод Г. Кружкова). Каждая серия фильма «Гостя из будущего» начинается с пересказа содержания предыдущих серий. В «Винни-пухе» А. А. Милна есть такой фрагмент, отражающий стереотип: «– Тсс! – сказал Кристофер Робин, обернувшись к Пуху. – Мы как раз подходим к опасному месту! / – Тсс! – сказал Пух, быстро обернувшись к поросенку. / – Тсс! – сказал Пятачок Кенге. / – Тсс! – сказала Кенга Сове, а Крошка Ру несколько раз подряд сказал "тсс" самому себе. / – Тсс! – сказала Сова, обернувшись к Иа. / – Цыц! – сказал Иа страшным голосом всем Родным и Знакомым Кролика, и они принялись поспешно говорить друг другу "тсс", пока не дошло до самого последнего. А последний, самый маленький Родственник и Знакомый, так испугался, решив, что вся экспедиция говорит ему "тсс", что немедленно зарылся в землю и просидел там вниз головой целых два дня, пока не убедился, что опасность окончательно миновала. Потом он поспешно отправился домой» (Пересказ Б. Заходера). В Евангелие: «Тогда Петр приступил к Нему и сказал: Господи! сколько раз прощать брату моему, согрешающему против меня? до семи ли раз? Иисус говорит ему: Не говорю тебе: «до семи», но до седмижды семидесяти раз» (Мтф. 18: 21, 22). «Люди глупо доверчивы. Вся реклама мира основана на трех принципах: «Хорошо, много и даром». Поэтому можно давать скверно, мало и дорого» (А. Грин).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактик гопника, подпевалы и диктатора, трансляцию и восприятие слухов и

сплетен, возврат речи к началу и кольцевую композицию в целом, косноязычие и многословие, навязчивый вызов «на бис», жесткую ротацию так называемых хитов на радио, телевидении, в быту, графическое дублирование вербальной речи невербальной (плакаты) и устной речи письменной (презентация на защитах), зубрежку в школах всех времен и всю многоликую систему лживой пропаганды. Кроме того, он обеспечивает предлог для уклонения от озвучивания подробностей, приведения аргументов, отказа от содержательного развития речи, ежегодного чтения лекций двадцатилетней давности, написанных выцветшими чернилами на пожелтевшей бумаге.

Рекомендации по использованию: если хотите, чтобы вам поверили, как можно чаще, в различных вариантах повторяйте то, что хотите сделать убеждением собеседника; требуйте неоднократных повторов той информации, в которой вы заинтересованы, и следите за тем, в каком диапазоне сказанное варьируется.

Безусловное господство этого стереотипа порождает в коммуникативном пространстве побочные завихрения – локальные протесты. Однако сами эти протесты, возможно связанные с прямым осознанием стереотипа, до уровня стереотипа не поднимаются, а существует в коммуникативном пространстве в виде ситуативно обусловленного утверждения, что если часто повторять человеку одно и то же, он перестает этому верить. Это утверждение периодически получает различные огласовки: «Ты так часто это повторяешь, что я перестаю в это верить» (Сериал «Клава, давай!», 3 сезон, 2 серия), «Слова живые, они линияют, / когда одно и то же повторяют» (Л. Успенская «Не повторяйтесь»). Этот протест всегда касается конкретных коммуникативных ситуаций, в которых повтор по каким-то причинам не устраивает говорящего. Борьбу с ситуацией он переключает на отрицание стереотипа. Следует еще раз подчеркнуть, что эти протесты имеют место лишь в локальных, ограниченных в пространстве и времени коммуникативных ситуациях (собрание, разговор на кухне и т.п.). Здесь действует принцип: «Есть старое присловье, не в наши дни сложенное: "Порицают и молчаливого, и многоречивого, и говорящего в меру"». В мирских делах никто не избежит хулы» (Дхаммапада). В больших же совокупностях ситуаций (религиозных практиках, пропаганде, рекламе) стереотип постоянно подтверждает свою правомерность. (Та же Л. Успенская повторила песню «Не повторяйтесь» окаянное количество раз). Здесь повторы могут либо изменять форму, либо оставаться теми же. В принципе ограничений для повторов в коммуникативном пространстве в целом не существует.

То, что написано (напечатано), соответствует действительности

Если какая-то информация оформлена в письменном виде, то ей следует безоговорочно верить. Стереотип отражает древнее восприятие письменной формы речи как сакральной и отношение к тексту как к сакральному объекту. Текст фиксирует речь во времени, в результате чего она самоповторяется многократно, и в соответствии со стереотипом *сказанное многократно соответствует действительности* усиливает достоверность сказанного. Любая ложь, стоит её записать или напечатать, приобретает осязаемый оттенок правды, а для большинства людей становится безоговорочной истиной.

Этот стереотип описан в совокупности устойчивых выражений:

1. Что написано пером, не вырубишь топором.
2. Прописная истина.
3. Черным по белому написано.
4. Дух и буква.
5. Буква закона.
6. Быть по сказанному, что по писанному.
7. Его слова по воде писать (его слово не дорогое).
8. Читать (переводить, играть) с листа.
9. Читать настроение, мысли.
10. С книгами знаться – ума набраться.
11. Книгу читай, разуму набирай.
12. Будешь книжки читать, будешь все знать.
13. Кто много читает, тот много знает.
14. С книгой поведешься, ума наберешься.
15. Знание – солнце, книга – окно.
16. Ум без книги, как птица без крыльев.
17. Нет умного соседа – с книгой побеседуй.
18. Испокон века книга растит человека.
19. С книгой жить, век не тужить.
20. Вслед за книгой умом двигай.
21. Книжки не говорят – правду сказывают.
22. Книга мала, да ума придала.
23. Расставить все точки над ё (і) (устранить все противоречия, решить окончательно).
24. Самая хорошая память хуже самых плохих чернил.
25. Документальное подтверждение.
26. Без бумажки ты букашка (ничего не докажешь).

Эти устойчивые сочетания показывают, что в сознании народа письменность и истинность речи отождествляются. Письменный текст воспринимается как эталонный с точки зрения своих содержательных характеристик. Помещенная в нем информация является образцом адекватного отражения реальности и исходной точкой осмысления мира. Эти характеристики совмещаются между собой и демонстрируют восприятие письменного текста как уникального, с точки зрения достоверности, объекта, который в этом отношении скрыто противопоставлен устной речи.

В коммуникативной практике этот стереотип проявляется в ряде традиций письменной прагматически оправданной или неоправданной фиксации информации, связанных с представлением о том, что информация, переведенная в буквенную форму, объективируется: ведение протоколов, написание стенограмм при наличии средств аудиозаписи; требование предъявлять пропуск в развернутом виде; выдача аттестатов жениха и невесты на свадьбе; благодарственные письма, дипломы, грамоты; запись планов, достижений, ошибок; сопровождение устной речи тут же производи-

руемым письменным текстом; ссылки на книги и рекомендация книг, – а также в психотерапевтических и оптимизирующих мышление методиках (автоматическое письмо, письмо самому себе, запись достоинств и недостатков для сопоставления и принятия решения). Кроме того, существуют традиции клятвы на библии, присяги по тексту в руке, надписей на иконах, старообрядческие традиции чтения, чтения молитвы по книге и т.п.

Так, в поэме Л. Кэрролла «Охота на Снарка» Браконьер находит ответ, записывая рассуждения: «"Это – легкий пример, – заявил Браконьер. – / Принесите перо и чернила; / Я решу вам шутя этот жалкий пример, / лишь бы только бумаги хватило" <...> Между тем Браконьер, прикипая к перу, / всё строчил без оглядки и лени, / в популярном ключе объясняя бобру / Ход научных своих вычислений» (перевод Г. Кружкова). Другой пример – мистер Грюджиус, из романа Ч. Диккенса «Тайна Эдварда Друда» перед разговором с племянницей записывал предстоящий разговор. Во всех религиях существует совокупность священных текстов, которым принято доверять безоговорочно, в частности – десять заповедей Моисея в камне, изумрудные таблички Гермеса Трисмегиста. «Вся жизнь человечества последовательно оседала в книге: племена, люди, государства исчезали, а книга оставалась» (А. И. Герцен). «Есть три разновидности лжи: ложь, гнусная ложь и статистика» (Б. Дизраэли).

Таким образом, данный стереотип оправдывает тактику начетчика, косность восприятия окружающего мира, преследование за порчу книг, недоверие сказанному устно, устное воспроизведение заранее подготовленного текста на самых разных мероприятиях, создание шпаргалок как подготовку к экзамену, чтение вслух, канцелярскую волокиту, рост количества бумаг, стандартизацию документов, составление конспектов, графоманство, все виды авторского самолюбия, доверие доносам и анонимкам; а также служит поводом для отказа от действий до появления письменного распоряжения, отказа от отмены приказов, откладывания дел в долгий ящик, бахвальства количеством собственных публикаций.

Рекомендации по использованию: если хотите, чтобы вашим словам поверили, не ограничивайтесь устной формой их выражения, но напишите их, а лучше – напечатайте; требуйте расписок, письменных подтверждений сказанного.

Сказанное (написанное) не всегда соответствует действительности

Если какая-либо информация выражена устно или письменно, то ей не следует полностью доверять. То есть между истинным положением дел и их выражением в речевых формах всегда есть несоответствие. Оно может быть большим или маленьким, существенным и несущественным и не обязательно фиксируется во внешней форме. Это связано с тем, что вербальная форма является вторичным выражением информации и в этом смысле, это уже не сама информация, а её переложение. Оно способно со-

держат как преднамеренные, так и непреднамеренные искажения. При этом и сама информация, и форма её выражения могут устаревать. Таким образом, в случае любого речевого выражения любая мысль приобретает ту или иную меру несоответствия действительности: «Мысль изреченная есть ложь» (Ф. И. Тютчев).

Этот стереотип зафиксирован в устойчивых выражениях: 1. Не все то правда, что бабы врут (что говорится, что люди говорят). 2. Нельзя всего того говорить, что люди говорят. 3. Мало ли что говорят! 4. Книга книгой, но мозгами двигай. 5. Книжки читай, да дела не забывай. 6. Бумага всё стерпит. 7. Людским речам вполтину верь! 8. Не всякому слуху (слову) верь! 9. Не все то творится (делается, годится), что говорится. 10. Не бывает по-ле безо ржи, а слово безо лжи. 11. Иное слово пропускай мимо ушей! 12. Три пишем – два в уме. 13. На заборе много чего написано. 14. Бабка надвое сказала. 15. Вилами на воде писано. 16. Кормить завтраками. 17. Наврать с три короба. 18. Врет и глазом не моргнет. 19. Не отвечать за свои слова. 20. Делить сказанное на десять (сорок). 21. Соврать как два пальца об асфальт. 22. Гладко было на бумаге, да забыли про овраги. 23. Мягко стелет, да жестко спат. 24. Доверяй, но проверяй. 25. Семь раз отмерь – один раз отрежь. 26. Складно поешь (со значением сомнения в истинности сказанного). 27. Одна сбрехнула, другая не разобрала, третья по-своему перебрехала. 28. Мало ль что говорят, да не все перенять. 29. Пусть говорят, а ты знай свое! 30. Что мне до людей, я знаю себя. 31. Хорошо говорит, да было бы чего слушать. 32. Много всего говорится, да не все в дело годится. 33. Речи, что с воды, да темно дело последи (архангельск.). 34. Не все то годится (не все слушать годится), что говорится. 35. Не все то варится, что говорится. 36. На языке мед, а под языком лед (на языке медок, а на сердце ледок). 37. В книгу глядит, а огонь говорит. 38. Людей слушай, а свое делай. 39. До нас люди жили – много говорили; не помрем, так и мы соврем. 40. Коли не ложь, так правда. Коли не врет, так правду говорит. 41. Не все перенять, что по воде несет; не во все вклепаться, что люди говорят.

Кроме того, у самих слов «врать», «брехать» есть значение ‘говорить’ безотносительно к правдивости или лживости.

В этих устойчивых выражениях различными способами указывается на то, что в народном сознании озвученная или записанная информация не является исчерпывающей, вовсе не обязательно истинна, нуждается в перепроверке, требует не слепого подчинения, а осмысленного восприятия.

В коммуникативной практике этот стереотип проявляется в ряде традиций недоверия и перепроверки сказанного или написанного: разного рода защиты; разные способы ограничения источников информации (Я газет не читаю. Я телевизор не смотрю); различные виды переспрашивания; чтение между строк и различные формы рецензирования (от школьного

сочинения по литературе до критических монографий) и комментирования текстов; иллюстрирование книг, снабжение схем комментариями; различные формы скепсиса по поводу мнения толпы или конкретного человека; различные формы обсуждений; суд как инстанция, перепроверяющая обвинительное заключение и выносящая решение; существование ревизионных органов; маниакальное стремление к подтверждениям.

Так, один из афоризмов К. Прутковга гласит: «Если на клетке слона прочтёшь надпись "буйвол", не верь глазам своим». Иисус Христос в Нагорной проповеди говорит: «Вы слышали, что сказано древним: Не убивай, кто же убьёт, подлежит суду. А Я говорю вам, что всякий, гневающийся на брата своего напрасно, подлежит суду <...> Вы слышали, что сказано древним: не прелюбодействуй. А Я говорю вам, что всякий, кто смотрит на женщину с вожделением, уже прелюбодействовал с нею в сердце своем <...> Еще слышали вы, что сказано древним: не преступай клятвы, но исполняй пред Господом клятвы твои. А Я говорю вам: не клянись вовсе». «Не на всякое слово, которое говорят, обращай внимание» (Еккл. 7, 21). «Не всякому слову верь» (Сир. 19, 16). «Держись совета сердца твоего, ибо нет никого для тебя вернее его» (Сир. 37, 17). «Устами своими притворяется враг, а в сердце своем замышляет коварство» (Притч. 26, 24). «Поскольку политик никогда не верит в то, что говорит, он очень удивляется, когда его ловят на слове» (Ф. де Голль). «Свежо предание, а верится с трудом» (А. С. Грибоедов). «Всё врут календари!» (А. С. Грибоедов). «Кто поспешно осужден, часто осужден напрасно» (Ф. Грильпарцер).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактики иронической интерпретации, автокомментирование, всю реформаторскую деятельность, пренебрежение к предшествующей культурной традиции, акты сожжения книг и более широко вандализм, предание остракизму общественных деятелей и писателей, возрастные и другие ограничения на просмотр фильмов, деление разговоров на взрослые и детские, наличие цензуры и существование редакторского корпуса, предпочтение телевизора книге, тугодумство, а также служит универсальным поводом для избирательного или полного игнорирования текстов, манипулирования доказательной базой, разного типа придинок по содержанию и форме текста, уклонения от восприятия речи, божбы и различного типа уверений в собственной правдивости.

Рекомендации по использованию стереотипа: ни в коем случае не верьте всему тому, что вам говорят или вы читаете, оспаривайте написанное или сказанное; требуйте, чтобы ваши слова не воспринимали слишком буквально.

Правда хороша и полезна

Сообщение или восприятие истинной информации является тем фактором, который определяет правильное течение жизни. В качестве своего следствия имеет благо и положительно влияет на окружающее пространство. Взаимодействие с правдой воспринимается как необходимое условие достойной жизни. Правда выступает в качестве категории, соизмерение или несоизмерение с которой позволяет положительно или отрицательно оценивать конкретного человека и его действия. Правда является эталонным образцом вербальных действий. Получая или распространяя правду, человек обретает качества, которые дают возможность считать его правильным, живущим с соблюдением этических законов существом. Вероятно, стереотип связан с тем, что истинное представление о среде обитания всегда полезнее, чем ложное, потому что позволяет адекватно координировать свои действия. В этом смысле контактирующий с правдой человек в большей степени защищен, устойчив, а следовательно, силен и жизнеспособен, чем тот, у которого нет истинных представлений о ситуации, другом лице, определенном событии, намерениях и т.д. Кроме того, предпочтительность правды объясняется чисто прагматическими соображениями о том, что во лжи просто запутаться и ложь тянет за собой другую ложь. То есть правда воспринимается в качестве универсального помощника: кто владеет информацией – тот владеет миром.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Вот те крест. 2. Правду говорить легко и приятно. 3. Правду сказал и легче стало. 4. Варвара мне тетка, а правда сестра. 5. Правда в огне не горит, в воде не тонет. 6. Все минется, одна правда останется. 7. За правду-матку и умереть сладко. 8. Меньше врется – спокойнее живется. 9. Правду говори, что дрова руби. 10. Хоть гол, да прав. 11. Хлеб-соль ешь, а правду режь. 12. Правда может бледнеть, но не умирать (итальянская пословица). 13. Вранью короткий век. 14. Правда сама себя хвалит и величает. 15. Врун, так и обманщик; обманщик, так плут; плут, так и мошенник, а мошенник, так и вор (то есть от лжи к преступлению одна дорога). 16. Перед правым и горы преклоняются. 17. На льстивые речи не мечись, на грубую правду не сердись. 18. Правда – свет разума. 19. Где честь, там и правда. 20. Ложь на тараканьих ножках ходит. 21. Праведен муж весь день ликует. 22. Лучше горькая правда, чем красивая (сладкая) ложь. 23. Лучше умереть, чем неправду терпеть. 24. Правда свое возьмет. 25. Правда прямо идет. 26. Виноватый винится, а правый ничего не боится. 27. На обмане далеко не уедешь! 28. Правда, как оса, лезет в глаза. 29. Не с ветру говорится, что лгать не годится. 30. От правды некуда деться. 31. Резва заморская ложь, а от нашей правды не уйдешь. 32. Без правды не житье, а вытье. 33. Правда дороже золота. 34. Вранье не введет в добро. 35. Правда – то шило: в мешке не утаишь. 36. Кто за правду горой, тот истый герой.

37. Брехни много, а правда одна. 38. Неправдой свет пройдешь, да назад не воротишься. 39. Вранье не споро: попутает скоро. 40. Кривда никогда ее победит правду. 41. Правда суда не боится. 42. Кто врёт, тому бы ежа в рот. 43. Хлеб-соль кушай, а правду слушай! 44. Ложь не красит человека. 45. За правое дело говори смело (стой смело). 46. Правда светлее солнца. 47. Нечего бога гневить, надо правду говорить. 48. Честное слово и буйну голову смиряет. 49. Вранье не споро, попутает скоро. 50. У лжи короткие ноги. 51. Чье правое дело, тот говори смело! 52. Стыдно сказать, а грех утаить. 53. Сказать, да не солгать. Как бы сказать, не солгать. Дай бог сказать, не солгать!

Слова, обозначающие речь, не соответствующую действительности и людей, которые её произносят, имеют отрицательную оценочность (вранье, брехня, лгун, врунишка, лжец).

Эти устойчивые выражения указывают, что в народном сознании имеются оценки двух типов: в первом случае они положительно оценивают соответствие содержания речи действительности, носителей, распространителей и сторонников правды, а во втором – отрицательно оценивают несоответствие содержания речи действительности, носителей, распространителей и сторонников лжи. Это противопоставление создает динамическое напряжение, благодаря которому правда оказывается универсальной категорией, соизмеримой по своему значению с категориями бога и бытия.

В коммуникативной практике этот стереотип проявляется в ряде традиций диссидентства, поисков правды, юродства и шутовства, научных исследований, самоотвержения и аскетизма, преследования лжецов, недоверия и презрения к ним, а также чествования правдорубов как героев, исповеди, отпущения грехов, покаяния (в том числе всенародного) и раскаяния, принесения публичных извинений, открытых обвинений, критического реализма как художественного метода с его стремлением к обнажению социальных язв, сообщения всей правды человеку, который без знания её не сможет оказать реальной поддержки (адвокатам, врачам), гамбургского счета и невзирания на лица, которые рушат социальные иерархии, обмена правдой (тайнами у детей), который осуществляется на межличностном и государственном уровне, традиций открытости, гласности, проницаемости административных структур и отчетности в обоих направлениях, непредвзятости и неангажированности нормальной журналистики, а также методов психотерапии (групповые сеансы с рассказом о себе) и воспитания детей (не лги родителям, не юли, взрослые никогда не врут), ориентированных на произнесение правды.

Например, в басне Л. Н. Толстого «Лгун» описана такая ситуация: «Мальчик стерег овец и, будто увидав волка, стал звать: "Помогите, волк! волк!". Мужики прибежали и видят: неправда. Как сделал он так и два, и

три раза, случилось — и вправду набежал волк. Мальчик стал кричать: "Сюда, сюда скорей, волк!". Мужики подумали, что опять по-всегдашнему обманывает, — не послушали его. Волк видит, бояться нечего: на просторе перерезал все стадо». Когда Иоанн посчитал себя недостойным крестить Господа и сказал Ему: "Мне надобно креститься от Тебя, и Ты ли приходишь ко мне!". Но Иисус Христос, отмечая то, что правда вне иерархий, ответил: "Оставь теперь, ибо так надлежит нам исполнить всякую правду" (Мтф. 3:15). «Говори правду; не поддавайся гневу; просящему — дай, хотя бы немного. Эти три шага приблизят тебя к богам» (Дхаммапада). «Правда — точно горькое питье, неприятное на вкус, но зато восстанавливающее здоровье» (О. де Бальзак). А. Барбюсу принадлежат несколько изречений: «Когда налицо явная ложь, очевидное искажение истины, надо опровергать»; «Источник нашей веры и надежды — правда»; «Правда преодолевает любые пространства и не может быть остановлена никакими межами». "Поведение лживого человека — бесчестно, и позор его всегда с ним" (Сир. 20, 26). "Уста правдивые вечно прибывают, а лживый язык — только на мгновение" (Притч. 12, 19).

Таким образом, данный стереотип оправдывает пытки как таковые, дознание, выпытывание, выпрашивание, шпионство, наушничество, фискальство и доносительство, невоздержанность на язык, связанную с маниакальной потребностью тут же рассказать всем о том, что ты узнал, натурализм в искусстве, использование правды как орудия уничтожения (когда человеку сообщается правда, которая в данный момент для него убийственна, например, провокация инфарктов), технологию вербовки, которая состоит в выявлении опасной для человека правды о нём самом, желтую прессу как таковую, а также служит универсальным поводом для ущемления людей, интеллектуальный и нравственный статус которых не соответствует занимаемой им должности, и для самовосхваления правдорубов.

Рекомендации по использованию: стремитесь говорить правду, по крайней мере, себе; требуйте, чтобы вам говорили только правду, а ложь опровергали.

Правда не всегда хороша и полезна

Сообщение или восприятие информации, соответствующей действительности, может быть в определенных ситуациях вредным, опасным, способно приводить к нежелательным для говорящего и собеседника последствиям. Таких ситуаций достаточно много и они находятся как в высокой сфере постижения мира, так и в бытовой. Для конкретной коммуникативной ситуации правда может оказаться слишком тяжелым грузом. Это связано с тем, что сама по себе правда относительна и динамична, способна к изменениям, по-разному встраивается в окружающий мир и в силу этого может лишать человека необходимой ему свободы маневра, творчества,

ограничивать возможность эффективно адаптироваться к ситуации, осуществляет диктат.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений:

1. Правда – хорошо, а счастье лучше.
2. Говорить правду – терять дружбу.
3. У всякого Павла своя правда.
4. Не говори правды, не теряй дружбы!
5. Правду говорить – себе досадить.
6. Не всякому слуху верь, не всякую правду сказывай!
7. Правда да суд не рядом живут.
8. Красно поле рожью, а речь ложью.
9. Знает сила правду, да не любит сказывать.
10. Где деньги говорят, там правда молчит.
11. Ври, да не завирайся! Ври, да знай меру!
12. Мешок денег перевесит даже два мешка истины (датская пословица).
13. Неправдою жить не хочется, а правдою жить не можется (устар.).
14. И волки правы, когда товарища рвут.
15. Ложь во благо.
16. Ложь во спасение.
17. Велику (или: Великим) правду говорить – не легче лжи.

Эти выражения указывают на то, что в народном сознании ложь допустима, может быть целесообразна, оправдана и необходима, а правда вредна, неуместна, куплена, бессильна, множественна, невыгодна, нецелесообразна.

В коммуникативной практике этот стереотип реализуется в ряде традиций обмана, переодевания, скоморошничания, фокусничества и иллюзионизма: рассказывание сказок и небылиц, ритуализованная ложь, карнавальские представления, выворачивание одежды наизнанку, ложь во благо, неискренние комплименты, ложные торжественные восхваления, розыгрыши, приукрашение действительности, соцреализм как художественный метод; традиций сокрытия правды в воспитательных и терапевтических целях.

Например, в «Признании» А. С. Пушкин пишет: «Алина! сжальтесь надо мною. / Не смею требовать любви. / Быть может, за грехи мои, / Мой ангел, я любви не стою! / Но притворитесь! Этот взгляд / Всё может выразить так чудно! / Ах, обмануть меня не трудно!.. / Я сам обманываться рад!» Иуда подошел к Иисусу и спросил: «Так, значит, правда ты господний сын?», Иисус ответил ему уклончиво: «А ты спроси свое об этом сердце». А. Адлер: «Ложь не имела бы смысла, если бы правда не казалась опасной», «Истина часто бывает ужасным орудием агрессии. Ради истины возможно лгать и даже убивать». Л. Арагон: «Честность нередко безрассудна». А. Азимов: «Часть бесчеловечной природы компьютера в том, что если он квалифицированно запрограммирован и исправно работает, то он абсолютно честен».

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактики молчальника, двойную бухгалтерию, лицемерие, ложь во спасение, самоуспокоительное вранье, использование грифа «совершенно секретно», тайных канцелярий и т.д., государственных секретов, военной и коммерческой тайны, фальсификацию отчетных документов, приписывание, а также

служит универсальным поводом для лжи, в частности – продажи своего слова журналистами, и замалчивания правды.

Рекомендации по использованию стереотипа: не говорите правды там, где она неуместна и может причинить вред окружающим или вам; существенно ограничивайте окружающих в озвучивании той правды, которая вам в данный момент не нужна.

2.4. Связь речи с говорящим

Человек и произнесенная им речь находятся в сложном взаимодействии, при котором возможности и особенности говорящего отражаются в речи, а особенности речи проецируются на говорящего. Эта группа включает в себя четыре стереотипа: человек способен контролировать распространение информации только в момент её первоначального озвучивания; человека характеризует его речь; характер речи и её восприятие зависит от того, кто говорит; не всякий человек имеет право говорить и не каждый человек наделен правом молчать.

Человек способен контролировать распространение информации только в момент её первоначального озвучивания

После того, как некоторая информация озвучена, человек может предпринимать какие угодно попытки, чтобы ограничить её распространение. Но эти действия не имеют прогнозируемого результата. Реально же руководить процессом распространения информации он может только в момент её озвучивания, если учитывает факторы того, что именно, каким образом, когда и кому говорить следует, а что, каким образом, когда и кому говорить не следует. Ситуация первоначального озвучивания может дублироваться человеком сколько угодно. Он может отрицать первоначальные факты, усиливать их доказательность, просто повторять их, однако эти действия строго находятся в рамках указанного стереотипа. Сам же стереотип связан с ситуацией выбора формы, направления и способа передачи информации, которые запускают или не запускают процесс самоорганизованной трансляции. При этом следует подчеркнуть, что в реальности человек в большинстве случаев не свободен в выборе форм, способов и направлений первоначального озвучивания. В частности, существуют другие стереотипы, предписывающие то или иное коммуникативное поведение. То есть выбор, что и как, кому говорить или не говорить, является в большей своей части стереотипным убеждением, а не реальностью. Свобода человека существует в тот краткий, едва уловимый миг, когда он принимает решение сказать или промолчать.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Говорить умею, да не смею (говорить бы сумел, да не смел). 2. Нельзя говорить: сучков (слушателей) много в избе. 3. Мать сыра земля – говорить

нельзя. 4. Сказал бы богу правду, да черта боюсь. 5. Когда пир, тогда и песни. 6. Тогда пляши, когда играют. 7. Пению время, молитве час. 8. Рассказывай донцу азовские вести. 9. За глаза и про царя говорят. 10. Не тебе бы говорить, да не мне бы слушать. 11. Чья бы рычала (корова мычала), а твоя бы молчала. 12. Рассказывай сказки! Говори, я слушать стану! 13. Смотри, язык проглотишь (то есть врешь). 14. Нашему слову и места нет. Наше все невпопад. 15. Бойся вышнего, не говори лишнего! 16. Не при вас сказать. Не при твоей милости молвить. 17. Не вашей бы чести слушать наши речи. 18. Будь между нами сказано! 19. Знай ты да я (да он, да дядя Семен)! 20. Нетелефонный разговор. 21. Не думай! Если думаешь – не говори, если говоришь – не пиши, если пишешь – то не подписывай! 22. Помолчи боле, поживешь доле. 23. Слово вовремя и кстати – сильнее письма и печати. 24. Не давши слова крепись, а давши – держись. 25. Что про то говорить, чего ни парить, ни варить (чего не воротить)! 26. Чем завираться, лучше молча почесаться. 27. Умей вовремя сказать, вовремя смолчать. 28. Умей сказать, умей и смолчать! Не все вслух да в голос. 29. Ты, язычок, смалчивай: за тебя я бедку плачивал. 30. Толкуй, что откуль. Толкуй, да наперед сам разжуй! 31. Сядем рядком да поговорим (да перетолкуем) ладком. 32. Сперва подумай, а там и скажи! Э, дура, не пасеная речь! 33. Слушай больше, а говори меньше. 34. Сказывай тому, а я в тереме живу. 35. Сказанное словцо – серебряное, не сказанное – золотое (Сказано – серебро, не сказано – золото. Слово – серебро, молчанье – золото). 36. Сказал красно – по избам пошло; а смолчится – себе пригодится. 37. Сказал бы, да лишние бревна (сучки) в стене есть. 38. Сказал бы словечко, да волк недалечко. 39. Толкуй больной с подлекарем! 40. Прикуси язык! Набери в рот воды! 41. Про одни дрожжи не говорят трожды. 42. В добрый час молвить, в худой промолчать. 43. Вымолвить не хочется, так и язык не ворочается. 44. Говори с другими поменьше, а с собою побольше! 45. Говори так, чтоб надолго стало (всего враз не переврешь). 46. Говори, да не проговаривайся (да не заговаривайся)! 47. Говори, да не спорь, а хоть и спорь, да не вздорь! 48. Говорил бы и про тебя, да боюсь тебя. 49. Говорил бы много, да сосед у порога. 50. Держи язык за замком (за зубами)! 51. Держи язык короче! 52. Держи язык на привязи (на веревочке)! 53. До слова крепись, а дав слово (а за слово), держись. 54. Иже не ври же, Фита не болтай! Иже не ври же, его же не пригоже (семинар.). 55. Из избы сору не выноси, а в уголок копи (а под лавку копи, то есть не разноси семейных вестей). 56. Много знай, да мало бай! Много баить не подобает. 57. Недосул лучше пересула. 58. На духу сказано, так знай про себя! На духу сказано, так знай грудь да подоплека! 59. На молчок не разевай роток! Молча губами не разводи! 60. На что перевирать, лучше смолчать. 61. Не все сказывай, что поминается (что помнится, что отрыгается). 62. Не всякому сказывай, что по деньге редька! 63. Не всякую речь (правду) сказывай! 64. Не давши (молвя) слова,

крепись, а давши (молвя) – держись! 65. Не стать говорить, так и бог не услышит.

Эти устойчивые выражения указывают на то, что в народном сознании существуют представления о необходимости действий двух планов: контролирование себя и контролирование собеседника. Но оба типа контроля связаны с представлением об уместности речи. А сама по себе уместность определяется множеством факторов (наличие посторонних слушателей, специфика предмета и темы разговора, желание и нежелание говорить правду, информированность собеседника, фоновых событий и т.д.). В своей совокупности эти устойчивые выражения предполагают, что, прежде чем что-либо сказать, человек должен подумать и взвесить большое количество условий.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается в ряде традиций, устанавливающих изначальные ограничения на говорение: разговор при закрытых дверях; запрет на обсуждение определенных тем по телефону, в присутствии женщин, детей (Закрой уши!), других слушателей (Выйдем поговорим! Я у вас Васю заберу на пару слов!), в определенных местах (о чем можно говорить в курилке и нельзя в театре, на кафедре) и т.д.; счёт до десяти прежде чем сказать что-либо; разрешение старшего по званию военного на разговор с младшим по званию (Товарищ майор! Разрешите обратиться к товарищу лейтенанту!); вся совокупность табу (Не материтесь! Здесь дети!); разговоры шепотом на ухо; обмен записками во время устных обсуждений и при возможности вербального контакта; разного рода сюрпризы в бытовом и государственном масштабе; подбор места и времени для важного сообщения; приглашение свидетеля для особо важных или опасных для себя разговоров; «домашние» заготовки для публичной речи и подготовку всего текста; ограничение на повышение голоса в определенных местах; глашатайство.

Например, в стихотворении И. Анненского «В вагоне» лирический герой контролирует собственное речевое поведение и поведение собеседника: «Довольно дел, довольно слов, / Побудем молча, без улыбок, / Снежит из низких облаков, / А горний свет уныл и зыбок». Олег Митяев в песне «Давай с тобой поговорим» пытается контролировать произнесение и непроизнесение информации: «Давай с тобой поговорим. / Прости, не знаю как зовут. / Но открывается другим / Все то, что близким берегут.<...> Ты только мне не говори / Про невезенье всякий вздор. / И степь напрасно не брани / За бесконечность и простор. Когда Петр обещал Иисусу, что никогда не потеряет веры в него, Иисус осветил, что прежде чем пропоет петух, Петр отречется трижды; так и произошло (Мрк. 14, 72). Кроме того, Иисус в нагорной проповеди учит: «А молясь, не говорите лишнего, как язычники». «При многословии не миновать греха, а сдерживающий уста свои – разумен» (Притч. 10, 19). «Кто хранит уста свои, тот

бережет душу свою; а кто широко раскрывает свой рот, тому беда» (Притч. 13, 3). «Радость человеку в ответе уст его, и как хорошо слово во время!» (Притч. 15, 23). «Сеть для человека – поспешно давать обет, и после обета обдумывать» (Притч. 20, 25). «Кто хранит уста свои, тот бережет душу свою; а кто широко раскрывает свой рот, тому беда» (Притч. 13, 3). «И глупец, когда молчит, может показаться мудрым, и затворяющий уста свои – благоразумным» (Притч. 17, 28). «Да не о том думай, что спросили, а о том – для чего? Догадаешься – для чего, тогда и поймешь, как надо ответить» (А. М. Горький).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактики молчальника, требование буквально повторить сказанное (приказ, просьбу или поручение); бытовую и государственную шпиономию, особенно характерную для тоталитарных обществ, активно тиражирующих плакаты типа «Не болтай!», «Болтун – находка для шпиона!»; а также служит универсальным поводом для запирательства (Ничего никому не скажу).

Человека характеризует его речь

В глазах окружающих человек обязательно получает устойчивую общую, недетализированную характеристику, отражающую особенности его речевого поведения. Она является не речевым портретом, а меткой ярких особенностей речи и выбирается из арсенала общедоступных, распространенных понятий. Эта характеристика находится в ряду других (внешность, манера поведения), является устойчивой и служит одним из основных факторов, определяющих восприятие человека, отношение к нему, степень доверия и социальный потенциал. Она функционирует как маска или ярлык, которые относят человека к предпочтительному или неpreferable для взаимодействия типу. Отношения с человеком строятся исходя из этой характеристики, то есть в ряду социальных, нравственных, имущественных показателей она является равноправной, и на неё обязательно обращают внимание вместе с ними. При этом она важна не сама по себе, а как проявление некоторых внутренних особенностей человека и в этом смысле служит регулятором и отправной точкой для вступления с ним в эффективное речевое взаимодействие. Она указывает на то, что можно, а чего не следует ожидать от человека, о чем можно и о чем не следует говорить, на что он способен и на что не способен, насколько он мобилен и т.д., то есть, по сути, является универсальной характеристикой лица.

Это связано с тем, что образ мысли человека проецируется в первую очередь на его речь, а также с тем, что речь является естественным показателем: её сложно регулировать или менять по своему усмотрению. Человек может одеться по-другому, изменить внешний вид, внезапно разбогатеть или обеднеть, но не может в одно мгновение изменить характер своей речи. Кроме того, речь человека нельзя спрятать, в отличие от других показателей (можно скрыть клеймо или шрам, но не речь, даже обращенную в молчание).

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Он живая газета (кто занимается пересказами всяких вестей). 2. От худой птицы худые и вести. 3. Одет просто, а на языке речей со сто. 4. Бойся клеветника, как злого еретика. 5. Языком плетет, что коклюшками. 6. Языком кружева плетет. 7. Языком, что помелом возит. 8. У него вехотка во рту. 9. Язык змеиный (злобный, клеветник). 10. Этот человек раз в год правду скажет (прибавка: да и то покается). 11. Это неспроста сказано, сделано (то есть хитро, с замыслом или с заговором). 12. Что у кого болит (что кого веселит), тот о том и говорит. 13. Что на уме, то и на языке. 14. Что ни видит, то и бредит. 15. Что клеит, говорит (то есть складно, да лукаво). 16. Что знает, все скажет, и чего не знает, и то скажет. 17. Чиста, личиста, да и говорить речиста. 18. Хороший рассказчик – плохой приказчик. 19. Рассказчики не годятся в приказчики. 20. У него язык длинен. 21. У него язык длинней лизуна (то есть коровьего языка). 22. У него ласточкин роток: зевок с локоток. 23. У него на всякий спрос есть ответ. 24. У него слово слову костыль подаст. 25. Только по губам помазал. 26. Сказал, да и был таков. 27. Так врет, что с души прет. 28. Врал бы, да меру знал бы. 29. Таковую занес, что уши вянут (что лист на дереве вянет). 30. Суконный язык; язык с подбоем (о картавом или косноязычном). 31. Стелет да мелет, врет да плетет. 32. Смирен, не речист, да на руку нечист. 33. Речист, да на руку нечист. 34. И речисто, да нечисто. 35. Слово по слову, что на лопате подаст. 36. Слово сказал, так на нем хоть терем клади. 37. Слово к слову приставляет, словно клетки городит. 38. Слово вымолвит, ровно жвачку пережует. 39. Складно бает, да дела не знает. 40. Сидит, как свеча горит, говорит, что рублем дарит. 41. С тобой надо говорить, гороху наевшись. 42. С тобой разговориться, что меду напиться. 43. С твоего слова, что с золотого блюда. 44. Речист, как наш Феклист. 45. Лепетливее (крикливее) наседки. 46. Рот (грудь) нараспашку, язык на плечо. 47. Ради красного словца не пожалеет родного отца. 48. Разговорчив, как устрица. 49. Беседлив, как тюлень. 50. Пустая мельница и без ветру мелет. 51. Бормочет, что глухарь. 52. Лепечет (сокочет), как сорока. 53. Тарантит, как сойка (как варакушка). 54. Пищит, как цыпленок. 55. Кричит (зевает), как выпь. 56. Воркует, как голубок. 57. Поет, как канарейка. 58. Каркает, как ворона. 59. Пташкой щебечет. 60. Вавило – широкое рыло. 61. Мала ворона, да рот широк. 62. Верти языком, что корова хвостом (что кочадыком)! 63. Видно, у него язык чешется. Почесать язык (врать вздор). 64. Врать – своя неволя (охота). 65. Врет, как водой (как в уброд) бредет. 66. Всю неделю говорил: ась, а в субботу сказал: что. 67. Говорит (поет, играет) хорошо, а замолчит – еще лучше. 68. Говорит день до вечера, а слушать нечего. 69. Говорит красно, да слушать тошно. 70. Говорит направо, а глядит налево. 71. Говорит, как река льется. 72. Говорит, ровно в стену горохом сыплет. 73. Говорит, что родит (с потугами). 74. Городит околесную (неоколесную). Колесит околь-

ную. 75. Долго (недолго) думал, да хорошо соврал. 76. Долго не говорит – ум копит; а вымолвит – слушать нечего. 77. Долго прятал, да коротко оттял (оттяпнул, отрезал). 78. Его слова на воде писать. Его слово недорогое. 79. Есть у него шишка лишку: во рту мышка. 80. За словом в карман не полезет. Пасеное словцо за щекой. 81. За твоим языком не поспеешь босиком. 82. Замолола безголова. 83. Замолчал, будто кислым залило. Замолчал, как воды в рот набрал. Замолчал, как с пахтанья. 84. Затвердила сорока Якова одно про всякого. 85. И клочит и валяет, и гладит и катает (языком). 86. И шьет и порет, и лошит и плющит (языком). 87. Как видит, так и бредит. 88. Как станет городить – себя не помнит, людей забывает. 89. Какковы свойства, таковы и речи. 90. Знать сороку по язычку. 91. Кланяться горазд, а говорить не умеет. 92. Когда он заговорит, то и собаке не даст слова сказать. 93. Из пустого в порожнее переливает. 94. Красноплый заговорит, всех слушателей переморит. 95. Лезет с языком, что с пирогом (навязчив). 96. Языком, что рогачом. 97. Мелет день до вечера, а послушать нечего. 98. Молчун-собака не слуга во дворе. 99. Мужик ражий, да язык-то вражий. 100. Мужик кочадычком, а чистоплюйка язычком. 101. На его спросы ответов не напасешься. 102. Наговорил с три короба. 103. Не подпрячь ли зайке, один не вывезет. 104. Нем (бессловесен), как (безголовая) рыба. 105. Он зубаст, он остер на язык. 106. У него язык как бритва. 107. Околесицу (неоколесную) несет. Не помнит божьих дней. 108. Он говорит вприкуску (то есть чопорно, осторожно). 109. Он говорит с присвистом. Причмокивает да пришепетывает. 110. Он на мах (на ветер, на вей-ветер) слова не молвит. 111. Он речь сквозь зубы цедит. Говорит, что в цедилку цедит. 112. Он спроста не говорит: растопырит слово, что вилы, да и молчит. 113. Он только разве невзначай правду молвит. 114. Он ходит (или: говорит) грудь нараспашку. 115. Она языком и белит, и чернит.

Эти устойчивые выражения указывают, что народное сознание обращает внимание на самые разнообразные характеристики лица по его речи. Среди них существенное место занимают речевая активность, артикуляция, тематика речи, степень её связности, динамичность, соотношение сказанного с действительностью, степень и характер воздействия речи на собеседника. Эти характеристики называются как прямо, так и иронически, а сам набор устойчивых выражений позволяет полно охарактеризовать любого человека.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается в ряде традиций речевых характеристик: оценках речи, исследованных Б. С. Шварцкопфом; разнообразных прозвищах (Бла-бла-бла, Молчун, Таксказать и т.п.); отдельном пункте резюме и характеристик (общительный, контактный); сборе или коллекционировании показательных, с точки зрения речи, фраз; в собеседовании при устройстве на работу и при поступлении в учебные заведения; в речевой пародии как традиционном жанре эстрадной

и повседневной речи; в речевых амплуа (одессит, чукча, Штирлиц, новый русский) и персонажах анекдотов; в комплексе традиций, направленных на изменение своей речи и представлении её в выигрышном для окружающих свете (риторике, культуре речи, сценической речи и т. д.).

Например, в стихотворении М. Волошина «Подмастерье» жизненный путь человека отождествляется с характером его речевой деятельности: «<...> Что всюду – и в тварях, и вещах – томится / Божественное Слово, / Их к бытию призвавшее, / Что ты – освободитель божественных имен, / Пришедший изназвать / Всех духов – узников, увязших в веществе, / Когда поймешь, что человек рожден, / Чтоб выплавить из мира / Необходимости и Разума – / Вселенную Свободы и Любви, – / Тогда лишь / Ты станешь Мастером». «Беда иной литературы заключается в том, что мыслящие люди не пишут, а пишущие не мыслят» (П. А. Вяземский). «Человек, который не проявляет ума, тем самым проявляет свою глупость» (Н. Г. Гарин-Михайловский). «Лживый язык ненавидит уязвляемых им, и льстивые уста готовят падение» (Притч. 26, 28). «Иной пустослов уязвляет как мечом, а язык мудрых – врачует» (Притч. 12, 18). Люди, узнавшие апостола Петра, указывают на особенности его речи: «Немного спустя подошли стоявшие там и сказали Петру: точно и ты из них, ибо и речь твоя обличает тебя» (Мтф. 26, 73). В Послании Иакова говорится: «Из тех же уст исходит благословение и проклятие: не должно, братия мои, сему так быть. Течет ли из одного отверстия источника сладкая и горькая вода? Не может, братия мои, смоковница приносить маслины или виноградная лоза смоквы. Также и один источник не может изливать соленую и сладкую воду» (Послание Иакова 3, 9-10). «Удерживай язык свой от зла и уста свои от коварных слов» (Псалтирь 33, 14). «Наушник и двоязычный да будут прокляты, ибо они погубили многих, живших в тишине» (Сир. 28, 15). «Говорите правду и вы будете оригинальны» (А. Вампилов). «Если вы хотите, чтобы вашу докладную прочитали, напишите её на одной странице» (Т. В. Вильсон). «Я уважаю лишь тех, кто мне оппонирует, но я не намерен терпеть их» (Ф. де Голль). «Молчание и доблесть – неразлучны» (Ф. Грильпарцер). «Я никогда не отрицаю, я никогда не противоречу, я иногда забываю» (Б. Дизраэли). «Сила не нуждается в ругательствах» (Ф. М. Достоевский).

Таким образом, данный стереотип оправдывает актерство в самых разнообразных проявлениях, стремление показать себя не таким, какой ты есть, путем начетничества, ссылки на авторитеты, избирательность восприятия, отказ от восприятия плохо оформленной речи, редакторскую и учительскую субъективность в оценке автора по его сочинению, навешивание ярлыков принадлежности к какому-либо социальному слою, приписывание человеку определенных качеств, профессиональный отбор по некоторым видам деятельности, конкурсы и испытания, основанные на способности хорошо говорить, судебные иски, связанные с речью, и всю

лингвистическую экспертизу, перебивание, освистывание, затопывание, захлопывание, зашикивание, заумь или намеренное косноязычие в различных ситуациях, специфику подготовки разведчиков, а также служит универсальным поводом для плагиата и для того, чтобы игнорировать слова человека, который говорит плохо, с ошибками, или расфрендить, забанить человека в интернете, закидать помидорами или ботинками человека, который что-то не так сказал.

Рекомендации по использованию стереотипа: внимательно следите за тем, что и как вы говорите (если вы хотите выглядеть как хороший человек, то говорите хорошо, если пытаетесь разыгрывать дурного человека, то говорите плохо); внимательно следите за речевым поведением собеседника, делайте из него выводы, но не торопитесь их озвучивать.

Характер речи и её восприятия зависит от того, кто говорит

Особенности речи зависят от многих факторов. Среди них есть такие, учет которых прямо регулирует восприятие речи тем или иным человеком в том или ином состоянии. К числу этих факторов относится половая принадлежность, возраст, авторитетность, уровень интеллекта, опрятность и наличие либо отсутствие алкогольного опьянения. Речь воспринимается сквозь призму этих факторов и её оценка не мыслится вне отвлечения от них. Мужчина или женщина, умный или глупый, трезвый или пьяный, молодой или старый говорят по-разному. Речь каждого человека, кроме индивидуальных особенностей, фиксируемых стереотипом «человека характеризует его речь», проявляет еще и особенности определенной группы, на которые обращает внимание данный стереотип.

Его существование связано с двумя явлениями. 1. Действительно существуют различия речи в гендерном, возрастном, социальном отношении, в обычном или измененном состоянии сознания. Речь несет на себе печать характеристик лица, её произносящего. 2. Существует феномен приписывания более высокого статуса, всевозможных положительных характеристик людям своего круга и, соответственно, себе. Так, мужчины считают, что говорят более дельно и по существу, а женщины уверены, что гораздо умнее мужчин, а те вообще не умеют слушать. При этом и те, и другие считают, что противоположный пол разговаривает ни о чем. То же касается отцов и детей, преподавателей и студентов, эмо и гопников и т.д.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Послушай женщину и сделай всё наоборот. 2. Бабий язык – чертово помело. 3. Женщина без разговора – что двор без забора. 4. Мужчина – голова, а женщина – шея. 5. Платье чисто, так и речь честна. 6. Сытый голодного не разумеет. 7. Стар на совет, молод на брань. 8. Детский лепет. 9. Слова не мальчика, но мужа. 10. Честь чести и на слово верит. 11. С твоим здоровьем и говорить скромно. 12. Во хмелю что хошь намелю, а проснусь – отопрусь. 13. Пить хмельное, так и говорить такое. 14. Пойми пьяного

речи, поймешь и свиное хрюканье. 15. Что у читого (трезвого) на уме, то у пьяного на языке. 16. Чего трезвый не скажет, то пьяный развяжет. 17. Хмельной, что прямой: рот нараспашку, язык на плече. 18. Пьяного речи – трезвого мысли. 19. Трезвого дума, а пьяного речь. 20. Пьяный, что малый: что на уме, то и на языке. 21. Устами младенца глаголет истина.

Эти устойчивые выражения указывают на то, что народное сознание фиксирует взаимосвязь между групповой характеристикой человека и его речью. Наиболее часто обращается внимание на пол, возраст, внешний вид, честь, ум или глупость, опьянение. Каждая из характеристик влечет за собой необходимость соответствующей оценки речи.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается совокупностью традиций, связанных с дифференцированием речевого поведения и восприятия (что можно говорить, чего нельзя; что следует пропустить мимо ушей, что не следует) в той или иной среде: ограничение тем и участников разговора (мужской, женский, взрослый, детский разговор); использование жаргонов; восхищение детской речью; открытие и закрытие мероприятий речами важнейших руководителей; создание авторитетного жюри; объявление завещаний специально приглашенными людьми (нотариусом, духовником); а также в практике привлечения авторитетных в какой-либо сфере людей для распространения информации рекламного, пропагандистского, бытового характера, вручения наград, премий, призов, объявления результатов голосования, в практике удаления из зала заседаний, обжалования решений в вышестоящих организациях, отбора участников для ведения переговоров, выбора послов, посредников, третейских судей.

Например, в романе Ф. М. Достоевского «Село Степанчиково и его обитатели» Сережа и Фома Фомич Опискин оценивают друг друга и стремятся дискредитировать слова друг друга, характеризуя их как собственные речи неавторитетного лица (ложного ученого и пьяного): «– Ученый! – завопил Фома, – так это он-то ученый? Либерте-эгалите-фратерните! Журналь де деба! Нет, брат, врешь! в Саксонии не была! Здесь не Петербург, не надуешь! Да плевать мне на твой де деба! У тебя де деба, а по нашему выходит: "Нет, брат, слаба!" Ученый! Да ты сколько знаешь, я всемерно столько забыл! вот какой ты ученый! / Если б не удержали его, он, мне кажется, бросился бы на меня с кулаками. / – Да он пьян, – проговорил я, с недоумением озираясь кругом». Библейский пророк Исайя подкрепляет свои предсказания словами самого бога: «Господь Всемогуший поклялся, сказав: „Обещаю, что как Я задумал, так и сбудется, как Я предначертал, так и совершится”» (Исайя 14, 24). «Добрый человек из доброго сокровища сердца своего выносит доброе, а злой человек из злого сокровища сердца своего выносит злое, ибо от избытка сердца говорят уста его» (Лук. 6:45). «Язык мудрых сообщает добрые знания, а уста глупых изрыгают глупость» (Притч. 15, 2). «Как и все женщины, я замужем за челове-

ком, которого во всем превосхожу» (Нэнси Астор). «Мудрые люди обдумывают свои мысли, глупые – провозглашают их» (Г. Гейне). «Как ни глупы слова дурака, а иногда бывают они достаточны, чтобы смутить умного человека» (Н. В. Гоголь). «Так уж положено: молодости веселиться, старости браниться» (А. Конан Дойл). «Добропорядочные люди приобретают больше врагов своими речами, нежели дурные своими делами» (Жан Поль). «У тех, кто пишет понятно, имеются читатели, а те, кто пишет неясно, получают комментаторов» (А. Камю). «Любой дурак способен критиковать, порицать и жаловаться – и большинство дураков именно этим и занимаются» (Д. Карнеги). «Женская догадка обладает большей точностью, чем мужская уверенность» (Д. Р. Киплинг). «Если знаменитый, но старый ученый утверждает, что нечто возможно, он почти определенно прав. Если он утверждает, что нечто невозможно, он очень вероятно, ошибается» (А. Кларк). «Есть два рода болтунов: одни говорят слишком много, чтобы ничего не сказать, другие тоже говорят слишком много, но потому, что не знают, что сказать. Одни говорят, чтобы скрыть, что они думают, другие – чтобы скрыть, что они ничего не думают» (В. О. Ключевский). «Мужчина слушает ушами, женщина – глазами, первый – чтобы понять, что ему говорят, вторая – чтобы понравиться тому, кто с ней говорит» (В. О. Ключевский). «Век живи – век учись! И ты наконец достигнешь того, что, подобно мудрецу, будешь иметь право сказать, что ничего не знаешь» (Козьма Прутков).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактики начетчика, волюнтаризм в предоставлении и отъятии права слова, внимание или невнимание к речи в зависимости от субъективного восприятия человека, записывание фанатами слов, озвученных кумиром, создание клубов и кружков по интересам, разделение этикетных формул (к кому и как обратиться), читательские и зрительские предпочтения в плане современников или классиков, русских писателей или иностранных, детских или взрослых, мужчин или женщин и т.д., козыряние своей принадлежностью к определенной научной школе, тому или иному творческому методу, некоторой социальной группе, подчеркивание образованности и акцентирование внимания на прошлых, не относящихся к предмету речи, заслугах этой группы, а также служит универсальным поводом для затыкания рта неугодным и поднятия статуса нужных людей.

Рекомендации по использованию: если вы хотите, чтобы вашу речь воспринимали в пределах некоторой группы, то старайтесь соответствовать критериям того типа, который для этой группы предпочтителен; требуйте восприятия или невосприятия речи говорящих в зависимости от их групповой принадлежности.

Не всякий человек имеет право говорить и не каждый человек наделен правом молчать

Две стороны этого стереотипа, по сути, являются единым целым.

Первая сторона предполагает, что право свободного высказывания в той или иной ситуации присутствует не у каждого человека. Его речевые возможности ограничены социальным статусом, присутствием рядом старших, интеллектуальным потенциалом, конкретной коммуникативной ролью, обстоятельствами общения и т.д. В соответствии со всем этим право говорить необходимо изначально иметь, заслужить или получить. То есть окружающие должны знать о том, что этот человек имеет право на слово, а он – осознавать, что окружающие это знают. В противном случае его речь будет прервана, и он получит подтверждение своего пониженного состояния. Это удерживает его от активного участия в разговоре и оставляет за ним роль пассивного наблюдателя или слушателя. Право на слово может быть дано культурными традициями, зависеть от произвола отдельного человека (председателя), присваиваться самостоятельно или складываться стихийно. Это право может распространяться на речь вообще или на конкретные формы речи (высказаться нельзя, но можно перешептываться; служебные вопросы решаются по телефону, записками, с помощью посредников, но не допускают использования СМС). Кроме того, наличие такого права в большинстве случаев нужно постоянно подтверждать, поскольку оно может утрачиваться в силу изменений внешних обстоятельств или отношения к самому человеку.

Вторая сторона указывает на то, что то же самое происходит с молчанием. Его применение также зависит от статуса, роли, обстоятельств общения, регулируется культурными традициями, нормативными предписаниями, волей того или иного человека.

По своей сути, право говорить или молчать – это право на коммуникативную свободу, право на самостоятельный выбор между говорением и молчанием. Человек, у которого есть право говорить, имеет и право молчать, и наоборот. Даже факт озвученного запрета на слово для какого-то человека, означает, что право говорить у него есть, иначе не имеет смысла запрещать. Получение формального права на слово далеко не всегда означает получение реального права на свободное слово, подлинное право на слово имеется лишь тогда, когда получивший такое право имеет возможность и право продуцировать собственную речь или молчать.

Функционирование стереотипа связано с существованием культурных и социальных иерархий, где право на действие зависит от того, какой статус в них занимает человек, а также со стереотипами, что вербальное действие способно заменить собой действие физическое, и что человека характеризует его речь.

Есть специальные формулы, с помощью которых человек оправдывает своё право на речь и придает ей большую степень значимости и авторитетности: честное благородное слово, слово дворянина, слово скаута, слово президента, зуб даю, руку даю на отсечение, за базар отвечаю, я как врач говорю, заявляю с полной ответственностью и т.п.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Не хвали сам себя, есть получше тебя. 2. Кто вам дал право так со мной разговаривать. 3. Дуракам слова не давали. 4. С позволения сказать! 5. Не по чести слово! 6. Ваши слова – хоть в Библию, а наши и в татарские святцы (в татарский пролог) не годятся. 7. Говорить было немало, да разума (да речей) не стало. 8. Говори еще! "Нечего, и по щелям вымела". 9. Говорить не устать, было бы что сказать. 10. Говорить не устать, да в какую статью? 11. Говорить, так договаривать; а не договаривать, так и не говорить. 12. Все сказал, как перед богом (как на исповеди или как на Страшном суде). 13. Да выплюнь, не жевамши (говори, что ли). 14. Дурак, кто говорит не так. 15. Жить в соседах – быть в беседах. 16. За кукушку (то есть пусто-словие) бьют в макушку. 17. За правое дело говори смело (стой смело). 18. За такую (за нелюбую) погудку смычком по рылу бьют. 19. Загороди рот запором, заставь заставкой! 20. Зажми рот, да не говори с год! 21. Заткни рот рукавицей! Заткни хайло онучей! 22. Зажмурь кадык! 23. Молчи, коли бог убил! 24. Знал бы, так не сказал бы, то-то, не знаяши говорить не надо. 25. Как тут говорить, где не дадут рта отворить? 26. Ври, не завирайся, назад оглядайся! 27. Короток язык, так вытянут, а длинен, так окоро-тают. 28. Красно поле пшеном, а беседа умом. 29. Меньше бы говорил, да больше бы слушал. 30. Молчи, глуха, меньше греха! 31. Не в осуд (не во гнев) будь сказано. 32. Звони, да не зазванивайся! Звони, звони, да не пере-званивай! 33. Не в пронос слово молвить. 34. Не в пору, не впрок; а ко времени, спорее. 35. Не стыдно молчать, когда нечего сказать. 36. Не тебе бы говорить, да не мне бы слушать.

Все эти устойчивые выражения указывают на то, что в народном сознании присутствует набор регуляторов, отвечающих за право человека на речь или молчание. К числу таких регуляторов относятся компетентность человека, уместность речи, содержательность, характер отношений между ними, интеллектуальная и физическая полноценность, согласованность речи с тем, что говорят остальные, возможные последствия, мера. Все единицы содержат указания на условия, определяющие наличие или отсутствие права того или иного лица на речь или молчание.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается в ряде традиций строгого регламентирования речи и речевого этикета: выборы председателей, спикеров, которые дают право на слово; законодательное разрешение не свидетельствовать против себя и родственников, но уголовная ответственность за отказ от дачи показаний в остальных случаях; запрет на речь во вре-

мя выступления старшего или главного; правила поведения во время учебных занятий, конференций, собраний, съездов; получение разрешения на вопрос или реплику (в армии и повседневной жизни); редакционные советы, решающие, публиковать или не публиковать текст; установка регламентов, протоколов; лишение права слова; выдворение из зала заседания; допросы.

Например, о песнях А. Галича о Климе Петровиче Коломийцеве рассказывается, что Клим Петрович формальное право на слово имел, но сущностно был его лишен, потому что у него не было возможности молчать. Именно поэтому, выступая на митинге в защиту мира, он произносил слова, ставшие хрестоматийными: «Который год я вдовая, всё счастье мимо! Но я стоять готовая за дело мира <...> Как мать, – говорю, – и как женщина требую их к ответу», – не имея возможности их не произносить или изменить. В комедии А. С. Грибоедова «Горе от ума» Чацкий отказывает «судьям» в праве на слово: «А судьи кто? – За древностию лет / К свободной жизни их вражда непримирима, / Сужденья черпают из забытых газет / Времен Очаковских и покоренья Крыма», а Молчалин отказывает себе в праве на слово на основании возраста и низкого статуса: «Молчалин: В мои лета не должно сметь / Свое суждение иметь. / Чацкий: Помилуйте, мы с вами не ребята, / Зачем же мнения чужие только святы? / Молчалин: Ведь надобно ж зависеть от других. / Чацкий: Зачем же надобно? / Молчалин: В чинах мы небольших». В песне Макса Иванова «Давай молчать» право на молчание рассматривается как исключительно желаемое условие дружбы, совместной жизни: «Если смогу молчать с тобой, / Если смогу молчать с тобой, / Будем тогда дружить с тобой. / Может быть, будем жить с тобой. / Если смогу молчать с тобой, не говорить, не кричать с тобой – / Молчать». Иисус утверждает свое право на слово тем, что его слова – проекция божественной воли: «Слова, которые говорю Я вам, говорю не от Себя; Отец, пребывающий во Мне, Он творит дела» (Иоан. 14:8-10). «Пусть хвалит тебя другой, а не уста твои» (Притч. 27, 2). «Твердо держи слово и будь верен ему» (Сир. 29, 3). «Только усталый достоин молиться богам» (Н. С. Гумилев). «Молчание – прибежище простой души, испытавшей всю глубину человеческой скорби» (В. Гюго). «Слушать – это вежливость, которую умный человек часто оказывает глупцу, но на которую этот последний никогда не отвечает тем же» (А. Декурсель).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактики навязчивого доминирования, существование в тоталитарных государствах цензуры, запретов на публикацию, изъятие книг из библиотек, создание закрытых фондов, сожжение книг, образование союзов писателей, художников, гильдий, лицензирование некоторых коммуникативных видов деятельности (университетов, СМИ, адвокатов), требование диплома о праве работать по той или иной профессии, диктатуры, монопольные права на распространение информации, использование радиоглушилок, прене-

брежительные оценки в адрес коммуникативных способностей людей, находящихся ниже в иерархии, принятие решений узким кругом или без обсуждений, боязнь перед высказыванием собственного мнения, подстройку своего речевого поведения под собственные представления о коммуникативном статусе собеседника и себя, казнь в виде вырывания языка, а также является универсальным поводом для затыкания рта и отмалчивания, игнорирования чьего-либо мнения.

Рекомендации по использованию: сортируйте информацию в зависимости от того, какой источник и какими правами пользуется, не позволяйте монополизировать право голоса; учитывайте, как воспринимает вас собеседник, с точки зрения права на слово, и требуйте, чтобы ваше мнение в соответствии с этим правом учитывалось; при необходимости присваивайте себе право голоса.

2.5. Речь как самостоятельный элемент мира

Хотя речь внешне производится конкретным человеком, от этого человека она, в сущности, не зависит, то есть её форма, содержание и объем говорящим не определяется. Эта группа включает в себя четыре стереотипа: распространение информации в коммуникативном пространстве не зависит от конкретного человека, речь характеризует сама себя, восприятие речи прямо зависит от её качества, возможности речи в выражении мысли ограничены.

Распространение информации в коммуникативном пространстве не зависит от конкретного человека

Единожды озвученная информация впоследствии начинает самостоятельное существование, постоянно деформируется: к ней что-то прибавляется, от неё что-то убывает, она замещается другой. Сама динамика распространения и степень изменений регулируются не волей или желанием инициатора, а состоянием среды и характером информации. Это отражает существующие законы самоорганизации коммуникативного пространства. Оказавшись в контексте обсуждений, пересудов, передач, переосмыслений, информация перестает быть авторской, обретает самостоятельность, а уже эта самостоятельность формирует различные изменения её вида, качества и характера. Её можно сравнить с оторвавшимся от ветки листом, который попадает в разнонаправленные потоки воздуха: пока такой лист долетит до земли ветер может его истрепать, изменить до неузнаваемости, вовсе уничтожить, но он никогда не достигает земли в первоначальном виде.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Скажешь слово, а прибавят десять. 2. Скажешь на ноготок, а перескажут (вырастет) с локоток. 3. Из одной бани, да не одни вести (басни). 4. Из одного места, да не одни вести. 5. С одной биржи, да не одинаки вирши. 6. Из

одного города идут, а не одни вести несут. 7. Из одной печи, да не одни речи. 8. Из одних яслей, да не одни басни. 9. Иван был в Орде, а Марья вести сказывает. 10. Люди солгали, да и мы неправду сказали (правды не сказали). 11. Говоря про чужих, услышишь и про своих. 12. Молва в окно влезет. 13. Молву поветрием носит. 14. На молву суда нет. 15. Шла молва, и была такова. 16. Молва ходит, говор бродит: на что наткнется, тут и приткнется. 17. Грех не беда, молва нехороша. 18. Что-то скажут на улице! 19. Скажешь с уха на ухо, узнают с угла на угол. 20. Пошел на базар, всему миру сказал. 21. Скажешь курице, а она и всей улице. 22. Сорока скажет вороне, ворона борову, а боров всему городу (Свинья скажет борову, а боров всему городу). 23. Скажи свинье, свинья борову, а боров всему городу. 24. Не говори при холопье онуче: онуча онуче скажет. 25. Худые вести всякого вестовщика опереживают. 26. На чужой (всякий) роток не накинешь платок. 27. Рот не огород, не затворишь ворот. 28. Сколько ни говори, а еще на завтра будет. 29. От своей славы сам не уйдешь и людей не упасешь. 30. От языка (молвы) не уйдешь. 31. Молва (слух, речи, слава) не по лесу ходит, по людям. 32. Гневливое слово пороги не держат. 33. Мало ли что говорят, да всего не переслушаешь. 34. Людских (лихих) речей не переслушаешь. 35. Не все то перенять, что по речке плывет. 36. Не все то переслушать, что люди говорят. 37. И то говорится, что ни жарится, ни варится. 38. Бог правду видит, да не скоро скажет. 39. Что знает, то и скажется. 40. Во сне проговорился – наяву поплатился. 41. Тихо кадит, да вонько несет. 42. Я говорю про Ивана, а ты про болвана. 43. Ему говоришь про попа, а он про Емелю дурака. 44. Я говорю про попа, ты про попадью, а он про попову дочку. 45. У нас с ним полтора разговора (всяк свое несет). 46. Толкуй с глухим хоть до завтра! 47. Что знают двое, то знают все. 48. Собака лает – ветер носит. 49. Язык мой – враг мой: прежде ума (наперед ума) глаголет (лепечет). 50. Язык мой – враг мой: прежде ума рыщет, беды ищет. 51. Язык наперед ума рыщет. 52. Язык мягок: что хочет, то и лопочет (чего не хочет, и то лопочет). 53. Свой язычок – первый супостат. 54. Язык языку весть подает. 55. Язык лепечет, а голова не ведает. 56. Язык без костей – мелет. Язык – балаболка. 57. Язык блудлив, что коза (что кошка). 58. Язык болтает, а голова не знает. 59. Язык ворочается, говорить хочется. 60. Язык – жернов: мелет, что на него ни попало. 61. Это на вей-ветер сказано. 62. Эка понесла: ни конному, ни крылатому не догнать! 63. На пусты лесы звонит. 64. Чужой рот – не огород, не притворишь. 65. Чужой роток – не свой хлевок, не затворишь. 66. Что выплюнешь, того не схватишь. 67. Язык свой враг злой. 68. Тихий ангел пролетел (все вдруг замолчали). 69. Мент родился. 70. Твои бы речи да богу в уши. 71. Совралось – как с языка сорвалось. 72. Слово слово родит, третье само бежит. 73. Слово не воробей: вылетит – не поймаешь. 74. Слово за словом вперевой идет. 75. Слово за слово цепляется. 76. Слово за словом на тараканьих

ножках ползет (лепится). 77. Слово выпустишь, так и крюком (и валом) не втащишь. 78. Сколько ни толковать, а всего не перетолковать (не пережевать). 79. Сколько ни таимничать, а будет сказаться. 80. Сказать – смешно, утаить – грешно. 81. Сказать не велят, утаить нельзя. 82. Сказанное слово в кадык назад не ворочается. 83. Сама скажет сорока, где гнездо свила. 84. В чем проговорился, с тем и простился (в ряду). 85. Воздух словами не наполнить. Всего не переговоришь. 86. Ври сдуру, что с дубу! Это так с морозу сорвалось. 87. Выстрелив, пулю не схватишь, а слово, сказав, не поймаешь. 88. Говорили сегодня, говорить и завтра. 89. Говорить, так до всего договоришься. 90. Говоришь по совету (тайком, советно), а выйдет по всему свету. 91. Губы да зубы – два запора (забора), а удержу нет. 92. До чего язык не договорится! 93. За ветром в поле не угоняешься; за всякое слово не поверстаешься. 94. За собой слова не удержав, за людьми не удерживают. 95. Знала б наседка, узнает и соседка. 96. И дорого б дал за словечко, да не выкупишь. 97. И плевка на лету не перехватишь. 98. И половина Москвы не проведает (говорят о тщеславных поступках, щегольстве и пр.). 99. Как сорвалось (с языка), так и брякнулось (и совралось). 100. Коня на вожжах удержишь, а слова с языка не воротишь. 101. Кто говорит, что хочет, сам услышит, чего и не хочет. 102. Много говорить – перемота положить (перевязать язык). 103. Мокрая пличка (черпачок): что ни поплещет, то и захлещет (язык). 104. Молвишь – не воротишь, а плюнешь – не подымешь (не проглотишь). 105. На язык нет пошрины. Со вранья пошрин не берут (безоброчная мельница). 106. Не ждет баба спроса, сама все скажет. Что вода в решете.

Приведенные устойчивые выражения подразделяются на две большие группы. Первая группа указывает на то, что в сознании народа существует представление об обязательном видоизменении информации в коммуникативном пространстве: она может менять свой объем (добавляя то, чего не было, и теряя то, что было); всяк толкует её по-своему; одна информация актуализирует другую, подталкивает к озвучиванию других сведений; информация лавинообразно увеличивается в объеме, территории распространения, искаженности и количестве заинтересованных в ней лиц; все звенья в передаточной цепи лишь внешне преемственны, содержательно они трансформируют информацию; не существует способов её остановить или подавить, но существует масса преград для её верного восприятия; отсутствуют какие-либо регуляторы её функционирования; из одной и той же точки исходят разные сведения (идентичность никак не связана с тождеством истока распространения). Сам процесс распространения информации представляется как вероятностный. Лицо в процессе передачи воспринимается не как ориентированное на действительный перенос информации, а как отстраненное от забот о правдивости, практичности, целесообразности её передачи, а также от попыток её осмысления.

Характерно, что народное сознание не обращает внимания на два, казалось бы, очевидных аспекта распространения информации. Во-первых, в реальности распространение любой информации имеет точку затухания (поговорили и исчерпали тему). Для народного же сознания информация никуда не исчезает, даже после своего бурного обсуждения продолжает существовать. Во-вторых, у любой информации есть автор, первоначально озвучивший её человек. Для народного же сознания такой категории не существует, информация не привязана к какому-то конкретному лицу.

Вторая группа выражений указывает на то, что в народном сознании человек воспринимается как неспособный управлять своей собственной речью, контролировать свое поведение, говорить то, что он хочет, тогда, когда это необходимо.

В коммуникативной практике этот стереотип проявляется в ряде традиций трансформированной передачи информации: игра в сломанный телефон; изложение, конспекты, эссе, переложения, экранизации; не зависящее от доверия и недоверия распространение сплетен; традиции делиться новостями и жареными фактами; вдохновенный пересказ чужого очевидного бреда; транслирование различными способами «свежих» новостей и их восприятие; перевод в словесные формы того, что отражено в музыке, картине, танце и т.д.; дебаты, дискуссии, споры; выяснение отношений; распространение крылатых выражений; фольклорная традиция в целом, а также в традициях необработанной спонтанной речи (литература потока сознания).

Например, в поэме Л. Кэрролла «Охота на Змеря» («Охота на Снарка») самопроизвольная трансформация информации приводит к такому описанию этого существа: «Пять признаков (пять, повторю вам опять), / По которым всегда мы проверим, / Столкнулись ли мы среди бури и тьмы / С настоящим, доподлинным Змерем. / Пойдём по порядку. На вкус он хрустит, / Но тускло и как-то рывками. / Как тесный пиджак, будит он аппетит, / Зато отдаёт светляками. / Он поздно встаёт, ибо времени нет – / Делами он так перегружен, / Что утром съедает вчерашний обед, / А завтрак съедает на ужин. / Рискните, скажите при нём каламбур – / Поймёте: ему не до шуток. / Он от каламбуров рассеян и хмур, / От шуток неистово жуток. / Он парочку пляжных кабин норовит / Таскать за собою и даже / Считает, что так улучшается вид / Морского прибоя и пляжа. / Он страшный завистник. А кроме того, / Есть две разновидности Змеря: / Он кусается, если есть шерсть у него, / И царапается, если перья» (Перевод В. Орла). В апокрифе Иакова Иисусу приписываются следующие слова: «Сперва я говорил тебе притчами, и ты не понимал; ныне же говорю тебе открыто, ты же (всё ещё) не воспринимаешь». В стихотворении в прозе И. С. Тургенева «Довольный человек» повествуется о том, что его довольство исходит из следующего факта: «Он сочинил клевету на знакомого, распространил ее

тщательно, услышал ее, эту самую клевету, из уст другого знакомого – и сам ей поверил. / О, как доволен, как даже добр в эту минуту этот милый, многообещающий молодой человек!». «Разговор – это здание, которое строится совместными усилиями» (А. Моруа). «С тех пор как изобрели речь, люди не могут договориться друг с другом» (Х. Ягодзиньский). «Не на всякое слово, которое говорят, обращай внимание» (Еккл. 7, 21). «А язык укротить никто из людей не может: это – неудержимое зло» (Иак. 3, 8). «Как можно не верить человеку? Даже если и видишь – врет он, верь ему, то есть слушай и старайся понять, почему он врет?» (А. М. Горький). «Ах! Боже мой! Что станет говорить княгиня Марья Алексевна» (А. С. Грибоедов). «Самое большое несчастье, которое постигло человека, – это изобретение печатного станка» (Б. Дизраэли).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактик рубахи-парня и путаника, стремление к самонавязыванию и потребность человека в том, чтобы о нем говорили, сплетничество, доверие и недоверие к бытующей информации, смены темы в разговорах, отсутствие планов (куда кривая вывезет), косвенное цитирование, плагиат, пародию, написание апокрифических текстов, а также служит универсальным поводом для разглагольствований ни о чем во время тематически определенного разговора.

Рекомендации по использованию: не пытайтесь регулировать распространение уже циркулирующей в обществе информации, потому что любое вмешательство может привести к непредсказуемым последствиям; не позволяйте никому ставить вам преграды в распространении информации.

Речь характеризует сама себя, восприятие речи прямо зависит от её качества

Вне зависимости от того, кто, что и в какой ситуации говорит, сама по себе речь оценивается окружающими. При этом внешняя форма и качество речи могут иметь определяющее значение, и впечатление от неё может проецироваться на характеристики содержания, удовольствия от восприятия, степень актуальности, сферу применения сказанного. Таким образом, форма и качество выступают в функции регуляторов коммуникативных процессов, предопределяют последующее существование содержащейся в речи информации. Это связано, с одной стороны, с тем, что в момент произнесения речь отрывается от источника, обособливается от него и живет самостоятельно, а с другой – с тем, что первичные впечатления о нужности или ненужности, качестве любого объекта определяются в момент первого внешнего наблюдения, а первоначальное впечатление от речи регулирует процесс её восприятия (слушать или не слушать, запоминать или не запоминать и т.д.).

Одним из следствий этого стереотипа является убеждение, что чем непонятнее и загадочнее речь, тем большее уважение, доверие она вызывает

ет, больше внимания на себе концентрирует. Другим – то, что крылатые выражения со временем теряют своих авторов и воспринимаются как самозародившиеся текстовые фрагменты.

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений:

1. Красную речь и красно слушать (Хорошую речь хорошо и слушать).
2. Лучше ногою запнуться, нежели языком.
3. Это сказка на салазках. Это докучная сказка (бесконечная).
4. Тара-бара – и вышло ни два, ни полтора.
5. Спесь не дворянство, глупая речь не пословица.
6. Белый свет не околица (не огорожен), а пустая речь не пословица.
7. Сошлись кой о чем помолчать.
8. Немая беседушка.
9. Рассказал, как размазал.
10. В умной беседе ума набраться, в глупой – свой растерять.
11. В чужой беседе всяк ума купит.
12. Вздор вздором помножить, так и выйдет чепуха.
13. Во многословии не без пустословия.
14. Доброе молчанье лучше худого ворчанья.
15. Доброе молчанье чем не ответ?
16. Тихое молчанье никому не ответ.
17. Думка чадна, недоумка бедна, а всех тошней пустослов.
18. Есть притча короче носа птичьа (а хороша).
19. «Есть» словко – как мед сладко; а «нет» словко – как полынь горько.
20. Живое слово дороже мертвой буквы.
21. Живое слово.
22. И красно и пестро (говорит), да пустоцветом.
23. Красно говорит, а слушать нечего.
24. И красно и цветно, да линюче.
25. И невелика беседа, да честна.
26. Короткие речи и слушать неча (нечего).
27. Коротко да ясно.
28. Отзвонил да и с колокольни.
29. Короткую речь слушать хорошо, под долгую речь думать хорошо.
30. Недолгая речь хороша, а долгая – поволока.
31. Красна речь с притчею (с поговоркой).
32. Красна речь слушаньем (а беседа смиреньем).
33. Молчок – сто рублей.
34. Молчанье (молчок) – золотое словечко.
35. Мы и помолились вместе (кончили, дали слово).
36. На великое дело – великое слово.
37. От избытка уста глаголют.
38. Чем дурнее, тем загадочнее.
38. Золотые слова.
39. Из песни слова не выкинешь.
40. Слово толковое стоит целкового.
41. Доброму слову и кошка рада.
42. Приветливое слово гнев побеждает.
43. О том, о сем, о пятом, десятом. О том, о сем, а больше ни о чем.
44. Ни вздоров, ни перекоров, ни пустых разговоров.
45. Полюбовного договора и патриарх не отнимет.

Все эти устойчивые выражения указывают на то, что народное сознание фиксирует внимание на следующих характеристиках речи: краткость – длительность, наличие – отсутствие украшений, способ выражения, степень понятности. Присутствие этих характеристик в речи оценивается по-разному, подчас противоположно. Но во всех случаях наличие характеристики связано с тем, что что-то произошло, то есть сама форма речи сигнализирует о событии и является толчком к последующим коммуникативным действиям. Фиксация характеристики служит базой для отбора и дальнейшей интерпретации информации.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается совокупностью традиций отбора, восприятия и фиксирования образцовых, с точки зрения внешнего оформления, приятных на слух, показательных, красивых, ёмких речевых отрывков: составление антологий, хрестоматий, цитатников, индивидуальных подборок тех или иных текстов для тех или иных целей (например, сборника песен в подарок), выписывание и выделение фрагментов текста, занесение их в личные дневники, помещение в блоги, на плакатах и транспарантах, гербах, неоднократное обращение к одному и тому же тексту, слушание арий и песен на незнакомых языках, составление и использование девизов, слоганов, проверка письменного текста на слух, переложение на музыку избранных текстов, а также во всех формах словесного творчества, вокального искусства.

Например, Татьяна, когда знакомится с книгами, которые читал Евгений Онегин, обнаруживает, что он различными способами отмечал оставившие его внимание текстовые отрывки: «Хранили многие страницы / Отметку резкую ногтей; / Глаза внимательной девицы / Устремлены на них живей. / Татьяна видит с трепетаньем, / Какою мыслью, замечаньем / Бывал Онегин поражен, / В чем молча соглашался он. / На их полях она встречает / Черты его карандаша. / Везде Онегина душа / Себя невольно выражает / То кратким словом, то крестом, / То вопросительным крючком» (А. С. Пушкин «Евгений Онегин»). В Евангелие Иисус говорит с народом притчами, объясняя это тем, что его слушатели воспринимают в первую очередь форму речи, а следовательно, заботится о том, будет им доступна эта форма или нет: «И приступивши, ученики сказали Ему: для чего притчами говоришь им? Он сказал им в ответ: для того, что вам дано знать тайны Царствия Небесного, а им не дано; ибо кто имеет, тому дано будет и приумножится, а кто не имеет, у того отнимется и то, что имеет; потому говорю им притчами, что они видя не видят, и слыша не слышат, и не разумеют» (Мтф. 13, 10-13). «Приятная речь – соловьиный мед, сладка для души и целебна для костей» (Притч. 16, 24). «Свирель и гусли делают приятным пение, лучше их – приятный язык» (Сир. 40, 21). «Преткновение от земли лучше, нежели от языка» (Сир. 20, 18). «Нет мысли, которую нельзя было бы высказать просто и ясно» (А. И. Герцен). «Неясность слова есть неизменный признак неясности мысли» (Л. Н. Толстой). «Прославим поэтов, у которых один бог – красиво сказанное, бесстрашное слово правды» (А. М. Горький).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактик начетчика и путаника, вырывание фраз из контекста, неуместную креативность и вычурность в словесной деятельности (например, трансформацию фразеологизмов в газетных заголовках), изящные комплименты, использование рингтонов с фразами, запись на автоответчике определенных слов тех или иных людей, использование и игнорирование словесной ди-

пломатии (выбор особых, косвенных форм выражения и название вещей своими именами), заучивание наизусть, а также служит универсальным поводом для того, чтобы требовать повторения сказанного и выхода на бис.

Рекомендации по использованию: не концентрируйтесь на внешней форме речи собеседника, внимательно следите, чтобы эта форма соответствовала выражаемому, обращайте внимание на содержание и на цель речи; ограждайте себя от форм речи, вводящих вас в транс, если вы не желаете в него входить; внимательно следите за внешней формой собственной речи, добивайтесь её соответствия стоящим перед вами задачам; требуйте, чтобы собеседники подбирали слова, разговаривали с вами так, как вы считаете нужным.

Возможности речи в выражении мысли ограничены

При воплощении какой-либо мысли в слове никогда не осуществляется точная передача того, о чем думалось, достигается не та цель, которая предполагалась. Реализация мысли или намерения в речи огрубляет их, лишает содержательной глубины, делает прямолинейным или неопределенным, усложняет или упрощает, а периодически изменяет до неузнаваемости. В основном определение речи как неполноценного транслятора мысли сводится к ослаблению глубины передачи, однако данный стереотип отражает несовершенство речи и в других отношениях, а если учитывать стереотип о том, что слово способно управлять событиями, деформация содержания, выраженного в слове, представляется опасной, приводящей к непредсказуемым последствиям. При этом чем больше человек обращает на это внимание, тем больше подтверждений стереотипа он находит. Это связано с несколькими факторами. Первый из них – свойственное человеку общее противопоставление духовного и материального, при котором духовному всегда приписываются лучшие качества, чем материальному. Второй состоит в том, что человек ценит свое всегда выше, чем чужое, а при произнесении мысль отчуждается. Третий – возможность посмотреть на собственную мысль со стороны и спустя какое-то время, которая часто делает очевидной её несостоятельность, противопоставленную мнимой важности, глубине и т.д. Четвертый фактор – автоматизм речи (человек говорит не то, что думает).

Этот стереотип зафиксирован в ряде устойчивых выражений: 1. Этого ни спеть, ни сказать. 2. Сболтнул бы коток, да язык короток. 3. Речи слышим, а сердца не видим (Язык видим, речи слышим, а сердца не видим, не слышим). 4. Звонко занес, да куда-то вынесешь! (Звонко поешь, где-то сядешь!) 5. Начали за здравие, да кончили за упокой. 6. Много говорено, да мало сказано. 7. На думе, что под дымом; на сказках, что на салазках. 8. Не всяку думку при людях думай! 9. Не доищется (не доискался) слова. 10. Ни в сказке сказать, ни пером описать. 11. Ошибка в слове – не спор (Ошибка в фальшь не ставится). 12. Не всякое слово (лыко) в строку. 13. Обмолвка

не запечатана. 14. Проговор – не спор. На кого проговор не живет? 15. Этого (прозванья) сразу (с морозу, не облизнувшись, не свихнув языка) не выговоришь морозу не выговоришь. 16. Язык один, и в будни, и в праздник. 17. Язык языку ответ дает, а голова смекает. 18. Он что собака: знает, но сказать не может. 19. Язык не поворачивается сказать. 20. Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.

Эти устойчивые выражения указывают на то, что в народном сознании отражено представление о непредсказуемости результата выражения мысли в слове, которое предостерегает даже не от выражения мысли, а от самой мысли, рекомендует не придавать большого значения оговоркам, не забегать вперед сказанного, снисходительно относиться к сложностям в выражении мысли, додумывать сказанное, делать поправку на неточность выражения. При этом пословицы отражают два аспекта стереотипа: с точки зрения говорящего и с точки зрения слушающего, – и оба аспекта фиксируют наличие зазора между мыслимым и сказанным.

В коммуникативной практике этот стереотип выражается совокупностью традиций переработки текста, попыток его усовершенствовать (переиздания и новые редакции книг, поправки к конституциям и законам, подзаконные акты, комментирование непонятных или сложных текстов, изложение и пересказ как доказательство понимания исходного текста, переход от «умного» к предельно простому объяснению), поисков тайного или потерянного слова, особенно характерные для масонов, а также в практике вопросов по содержанию сказанного, определения понятий перед началом дискуссий или написания научного труда, создания всех типов словарей и грамматик.

Например, Винни Пух в «Строках, сочиненных медведем с опилками в голове» говорит: «Когда мне не хватало слов, / Я добавлял то "Ах", то "Эх", / И "Так сказать", и "Будь здоров", / И "Ну и ну!", и "Просто смех!". // Когда ж закончил я рассказ, / То кое-кто спросил: "И всё? / Ты говорил тут целый час, / А рассказал ни то ни сё!..» (А. Милн. «Винни Пух и Все-Все-Все», пересказ Б. Заходера). В Евангелие непонятая и искаженная фраза Иисуса ставится ему в вину: «Пришли лжесвидетели и сказали: Он говорил: могу разрушить храм Божий и в три дня создать его» (Матф. 26, 60-61; Мрк. 14, 58; Иоан. 2, 19). В действительности он говорил, он говорил не «разрушу», а «разрушьте» и имел в виду не постройку, а собственное тело. В поэме И. Бродского «Горбунов и Горчаков» отражается сложность выражения того, что произошло в действительности, словом «сказал»: «"И он ему сказал". "Но, так сказать, / сказать "сказал" сказать совсем не то, что / он сам сказал". "И он "к чему влезать / в подробности" сказал; все ясно. Точка"». «О главном надо говорить сразу, или оно заснет, как волна, политая с корабля маслом» (А. Грин). «Дай дозреть мысли, но не перезреть: перезрелые мысли, как и плоды, впрок не идут» (В. Гюго). «Каждый творец

болезненно ощущает пропасть между своим внутренним видением и его окончательным выражением» (И. Б. Зингер). «Язык не всегда в силах выразить то, что видит глаз» (Дж. Ф. Купер). «Какая боль – искать потерянное слово... (О. Э. Мандельштам). «Высказанная вслух мысль сразу же и окончательно теряет значение; записанная, она тоже всегда его теряет, зато иной раз обретает новый смысл» (Ф. Кафка).

Таким образом, данный стереотип оправдывает использование тактики человека-автомата, чтение в сердцах, приписывание смыслов, слов, цифр, бессмысленное бормотание (если все никто не поймет, то всё равно, что говорить), самоперебивы и автокомментирование (Да нет, я не то хотел сказать... То есть я хотел сказать, что...), отказ от собственных слов, обвинение в непонимании, очень бережное и равно безразличное отношение к собственной речи, дурную бесконечность совершенствования какой-либо речевой формы, а также служит универсальным поводом для откладывания момента речи и не обращать внимания на речь вообще (всё равно он не то думает), замещения речи действиями.

Рекомендации по использованию: учитывайте, что ваши слова всегда могут быть неверно поняты, старайтесь их тщательно подбирать (хотя как бы вы их ни подбирали, они всё равно могут оказаться неверно понятыми; не вступайте в разговоры с изначально размытыми понятиями, требуйте уточнения содержания, определения значений непонятных слов и выражений).

3. СЦЕНАРИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ СОБЫТИЙ

3.1. Общее определение и составляющие сценариев информационно-коммуникативных событий

Сценарий – обусловленная самоорганизацией информационной среды и возникающей в её результате коммуникативной ситуацией стандартная (инвариантная) последовательность информационных процессов и речевых действий, подчиненных какой-либо типовой целевой установке, лежащей во внеязыковой сфере и выраженной посредством взаимодействия тем в информационном пространстве и конкретных участников (инициатора, реагента, наблюдателя) в коммуникативном пространстве.

Информационная среда включает в себя информационное и коммуникативное пространства и, таким образом, представляет собой самоорганизующееся взаимодействие большого количества тем, с одной стороны, и конкретных участников коммуникации – с другой.

Информационные процессы – это возникновение и редукция (деактуализация) тем, их сближение между собой и отталкивание друг от друга, переход на периферию и выход в центр пространства, стабилизация и де-

стабилизация нормативного или привычного состояния, наполнение новыми семантическими компонентами и уничтожение прежних, выстраивание и разрушение иерархий и т.д.

Ситуативная обусловленность возникает под влиянием определенного состояния конкретных тем и в коммуникативном пространстве связана с осознанием говорящим (подчиненностью говорящего) необходимости производства некоторых речевых действий, в результате которых можно достичь определенного эффекта или результата. В отличие от коммуникативных стратегий, тактик и приемов, также направленных на достижение некоторых целей, сценарий фиксирует *оптимальный путь достижения результата* в определенной ситуации.

Так, человек, ограничивающий свою речевую деятельность одной стратегией или/и тактикой, может воспроизводить соответствующие признаки в любой ситуации, даже если такое воспроизведение будет мешать достижению конкретных целей (стерва на переговорах, базарная баба в ученом совете, молчальник на суде, человек-автомат при сердечных объяснениях и т.д.). Человек, реализующий сценарий, не станет действовать по принципу «я всегда так делаю, и сейчас так же можно», а будет искать способы взаимодействия, наиболее подходящие именно в данной ситуации, стремиться к её разрешению. В отличие от коммуникативных стратегий и тактик, которые прирастают к человеку и стремятся к реализации в любых ситуациях, сценарии существуют только в контексте. Стратегии и тактики представлены как доминирующие модели коммуникативного поведения постоянно, их носитель актуально или потенциально проявляет их практически без остановки, в то время как сценарии – это переменные величины, с которыми человек сталкивается периодически.

Таким образом, ситуативная обусловленность сценариев отличается от возможной ситуативной обусловленности стратегий, тактик и приемов тесным взаимодействием с контекстом, избирательностью, интерактивностью, переменностью и периодичностью.

Стандартность, инвариантность сценариев проявляется в типизированности динамичных тематических конфигураций в определенных областях, фиксированном наборе целевых установок, ментальных операций, форм воплощения целевых установок, ответных реакций, оценок, сфер применения, взаимной координации участников, показателей результативности. Одни и те же сочетания, взаимодействия тем приводят в рамках сценария к одним и тем же информационным, мыслительным и коммуникативным процессам, тождественным целевым установкам, которые выражаются в сходных формах речевых стимулов и реакций и предполагают одинаковые результаты этих процессов. На это указывает то, что в коммуникативной практике, как показывают наблюдение и анализ, все формы речевого поведения непротиворечиво сводимы к строго определенному, фиксиро-

ванному, ограниченному набору, который, постоянно повторяясь, демонстрируется в речи (письменной, устной и внутренней) любого человека.

Последовательность речевых действий характеризует все коммуникативные единицы (темы, стереотипы, стратегии, тактики, сценарии и приемы). Специфика этого признака применительно к сценарию состоит в нескольких факторах. Во-первых, те речевые шаги, из которых состоит сценарий, ориентированы одновременно на говорящего, собеседника, наблюдателя, друг на друга и внеязыковую сферу, в то время как другие единицы в конкретных случаях могут ограничиваться какой-то одной ориентацией.

Во-вторых, сценарий всегда ориентирован на определенную ответную реакцию, тогда как иные единицы часто безразличны к реакции собеседника (могут стимулировать какие-либо установки или нет). Например, стратегия и тактика могут реализоваться только в личностном пространстве, в то время как сценарий обязательно реализуется в межличностном, то есть сценарий принципиально диалогичен. При поверхностном взгляде исключения составляют клинические случаи и случаи намеренной игры, но и они строго вписываются в определенные сценарии.

В-третьих, сценарии отличаются от иных единиц алгоритмичностью, то есть выполнение следующего шага коммуникативного поведения зависит от результата предыдущего. В этом отношении, например, стратегии и тактики реализуют одни и те же установки, независимо от полученных ранее реакций, а здесь установка всегда соотнобразуется с реакцией. Поэтому в рамках одного сценария может реализовываться несколько стратегий и тактик, быть представлено большое количество стереотипов и затронуто множество тем.

В-четвертых, в рамках стратегии и тактики любая тема или стереотип (например, внуки, картошка, болезни, ремонт; если написано, то правда и т.д.) могут быть актуализированы в любой момент, а в сценарии этого произойти не может, так как последовательность актуализации тем определяется более или менее четко осознаваемой целью коммуникации и в этом смысле предопределена предшествующей совокупностью речевых действий и мерой их эффективности (тема, например, ремонта будет актуализироваться, если она способствует достижению цели, а тема внуков – не будет, если речевая реакция собеседника заведомо не будет соответствовать желаемой).

В-пятых, сценарии отличаются от иных единиц наличием начальной и конечной точек реализации. Стратегии, тактики, стереотипы либо не имеют таких точек, либо имеют размытые области входа и выхода. Исключением является приём, имеющий начальную и конечную точку реализации, но у него иная коммуникативная природа. Начальной точкой реализации сценария (моментом его выбора из числа возможных) можно считать возникновение под влиянием определенной конфигурации тем в информа-

ционном пространстве коммуникативного диссонанса, то есть ситуации, которая в той или иной мере, в том или ином отношении не устраивает говорящего и которую хочется изменить. Например, человек испытывает дискомфорт от того, что другой сделал ему что-то приятное, а он нет: говорящий выбирает сценарий миротворчества или состязания и начинает его реализацию. Конечной точкой реализации сценария, если пренебречь инерционными, остаточными процессами, можно считать устранение этого диссонанса. Необходимо подчеркнуть, что сценарии могут как следовать один за другим, так и, если они одновременно инициируются различными людьми, накладываться друг на друга. Во втором случае границы реализации сценариев внешне размываются, что ярко выражается в формуле «Ты первый начал», оправдывающей начало своего сценария мнимым началом сценария другим человеком.

В-шестых, если иные единицы линейны, то есть каждая из них реализуется в одном направлении, то сценарий принципиально нелинеен, так как при его реализации направление развития может меняться, в том числе на противоположное, за счет перехода в другой сценарий, а также за счет заикливания данного сценария или конкретного его этапа. Направления развития систематически проходят через одни и те же точки, возвращаясь к исходным. Например, при реализации тактик может быть решено несколько задач, но все они в своей совокупности последовательны, так как определены функцией, в то время как при реализации сценариев конкретные речевые действия постоянно меняют направление в зависимости от ситуации, стремясь к достижению определенной цели. В этом отношении стратегия и тактика подобны улицам с односторонним движением, стереотип и прием – пешеходному переходу, тема – перекрёстку, а сценарий – автодрому.

В целом сценарий отличается от иных единиц так же, как последовательность событий в пьесе отличается от тех ролей, реплик, масок, характеров, которые участвуют в создании такой последовательности. Персонажи и те действия, в которых они принимают участие – единицы разные. Вместе с тем сценарии тоже являются единицами типологизированными, как типологизированы различные жанры драматургии: водевиль, трагедия, фарс и т.д.

Типовая целевая установка характеризует любую из рассматриваемых единиц и может быть определена на различных уровнях абстракции. Специфика целевых установок сценариев определяется тем, что они находятся во внеязыковой сфере, то есть связаны с координацией человека с информационным пространством, миром и окружающими, достижением определенных эффектов в практике жизни. Если другие единицы могут замыкаться на себе (реализовываться ради языкового воплощения, быть самодостаточными), то сценарий всегда выходит за рамки языковых, ком-

муникативных форм. Например, подтолкнуть человека к действию, создать о себе какое-либо впечатление, деформировать представления человека.

То есть коммуникативная функция сценария состоит в том, чтобы произвести изменения в характеристиках ситуации, в то время как, например, стратегии и тактики, как и стереотипы, направлены на формирование устойчивых характеристик коммуникативных ситуаций, в которых участвует говорящий: они стабилизируют его мир. Сценарии же дестабилизируют всех участников. Эта дестабилизация не определяется свойствами самой коммуникативной формы. Тактика, например, стервы дестабилизирует собеседника и стабилизирует говорящего в силу своих коммуникативных свойств. Приём тоже дестабилизирует только собеседника в силу коммуникативных свойств, хотя часто касается не локальных событий, а его перспективно ориентированных и долгосрочных характеристик, имеющих последствия в сфере языкового и неязыкового поведения. А сценарий сам является следствием дестабилизации информационного пространства, поэтому в него включается изначально дестабилизированный инициатор, который в свою очередь дестабилизирует реагента и наблюдателя.

Но в то же время можно утверждать, что общей для всех сценариев предпосылкой, с точки зрения инициатора, является потребность противостоять возникающей или наличествующей в данной ситуации энтропии (в его представлении), внести упорядоченность в рассредотачивающиеся коммуникативные формы, ввести их в русло предсказуемого развития ситуации. Инициатор посредством сценария вносит нужную ему меру упорядоченности в аморфные или развивающиеся не в том направлении (в его представлении), не соответствующие его потребностям коммуникативные процессы. В этом смысле сценарий – локальный регулятор коммуникативных процессов.

Следует подчеркнуть, что целью реализации стратегий и тактик может быть само их воплощение. Они часто активизируются во многом не «для того чтобы», а «потому что». Самой же причиной использования той или иной стратегии и тактики может служить предшествующий коммуникативный опыт в широком понимании, который сделал человека, скажем, контактными рубахой-парнем или репродуктором-автоматом, а также некоторый определенный в данной ситуации сценарий. Таким образом, появление целевой установки, связанной с ситуацией, означает наличие не только стратегии и тактики, но и сценария. Кроме того, если целевая установка сценария в коммуникативной ситуации совпадает с доминирующими установками стратегии или тактики, они могут включаться в сценарий как его коммуникативные формы. В этом случае у тактики и стратегии как и у сценария четко определяется начало и конец реализации.

Возникновение любого сценария всегда предопределено процессами, происходящими в информационном пространстве. Что же касается комму-

никативного пространства, то здесь вопрос о том, кто и в каком объеме реализует сценарий, является проблемным. Можно предположить, что этот вопрос имеет три варианта ответа.

1) Сценарий реализуется инициатором, который определяет цели, способы и этапы изменения характеристик коммуникативной ситуации. Он навязывает собеседнику использование сценария, заинтересован в чистоте и последовательности его реализации. Собеседник же либо принимает участие в реализации именно навязываемого сценария, либо отторгает его и в таком случае реализует свой. Это представление можно выразить в виде метафоры поводка, набрасываемого на собеседника с целью вести его в необходимом направлении. К такому представлению подталкивают коммуникативные ситуации, аналогичные PR-акциям, в ходе которых с использованием специальных технологий внедряются нужные представления, формируются нужные нормы поведения, внедряются нужные оценочные шкалы и ценностные ориентиры у людей, которые являются пассивными объектами воздействия или представляются таковыми.

2) Сценарий реализуется слушающим, воспринимающим, то есть тем, кто при первом варианте ответа оказывается или представляется пассивным объектом воздействия, формально занимает подчиненную позицию по отношению к реальному или потенциальному источнику информации. Именно слушающий характером своей реакции задает говорящему возможность, невозможность или характер реализации сценария, диктует формы допустимого, необходимого и целесообразного коммуникативного поведения, определяет, в каком направлении будет развиваться или не развиваться коммуникативный контакт. Это представление можно выразить в виде метафоры рыбы, которая, формально являясь объектом ловли и пассивным компонентом ситуации, своим поведением полностью определяет поведение рыбака: выбирать время, место, наживку, снасти, вставать ни свет ни заря, идти очень далеко, сидеть часами, изображая на лице осмысленную сосредоточенность, без гарантии что-либо поймать, превращаясь в раба рыбы. К такому представлению подталкивают коммуникативные ситуации, аналогичные зеппингу, то есть переключению телеканалов не с целью получить какую-либо информацию, или к обращению в справочную службу, которая существует для того, чтобы различные формальные инициаторы задавали вопросы и демонстрировали свою зависимость от операторов справочной службы, извиняясь за вопрос, выбирая самые вежливые формы, всеми силами стараясь произвести хорошее впечатление, расшаркиваясь, напрягая слух, прощая всяческое хамство.

3) Сценарий, являясь внеличностной, надситуационной коммуникативной категорией предопределяет характер своих реализаций и воплощается обоими (всеми) участниками коммуникации одновременно и в равной мере. В таком случае все они оказываются под одинаковым воздействием

типизированных языковых форм, включаются в предполагаемые обстоятельства и строят свое речевое поведение с оглядкой на эти формы. В рамках такого представления у сценария, строго говоря, нет инициатора, он существует как область коммуникативного взаимодействия, продуцирует сам себя и подчиняет себе коммуникантов. Это представление можно выразить в виде метафоры комнаты, в которой по стечению обстоятельств одновременно оказываются и какое-то время находятся участники коммуникации. Пространственные параметры и обстановка этой комнаты задают возможные варианты поведения и границы передвижения. К такому представлению подталкивают коммуникативные ситуации, аналогичные переговорам, с их протокольностью, нормированностью, клишированностью, подчиненностью определенным правилам взаимодействия, за рамки которых никто не может выйти, не рискуя оказаться за бортом взаимодействия, строгостью и ориентацией на обезличенность и фиксированные функциональные маски участников.

Можно предположить, что все три варианта в разных пропорциях присутствуют одновременно в различных коммуникативных ситуациях. Но такое предположение не представляется продуктивным и сущностно описывающим объект. Связано это с тем, что по своей природе первый и второй вариант сводимы к третьему или являются его частными реализациями: инициатор в первом случае, и реагент во втором случае в одинаковой мере оказываются подчинены представлению о том, что ситуация существует, и о том, как именно она типологически реализуется. То есть в конечном счете сценарий реализует сценарий. Сталкиваясь со сценариями, мы в очередной раз имеем дело с коммуникативными формами, которые определяют наше поведение. Находясь в готовом виде в языковом сознании коллектива, они актуализируются в определенные моменты, подвергаются разного рода модификациям под влиянием характеристик конкретных и типовых коммуникативных ситуаций, а также какой-то, часто иллюзорной меры свободы самих говорящих.

Мера активности участников при реализации сценария может быть различна. Имеет смысл разграничивать функции коммуникантов в рамках сценария и коммуникативной ситуации. В любом сценарии есть основной действователь, то есть лицо, которое непосредственно запускает в действие реализацию сценария и использует его с успехом для себя, то есть решает поставленные перед собой задачи. При этом основной действователь формально вовсе не обязательно является инициатором (тем, кто начал разговор, запустил в действие коммуникативные механизмы, создал коммуникативную ситуацию). В одном случае доминирует инициатор, а в другом – его собеседник-реагент, они в равной мере в различных сценариях могут быть основными действующими лицами. Характер протекания сцена-

рия, в зависимости от того, кто является основным действующим лицом, будет также отличаться.

Кроме того, поскольку коммуникативная ситуация может быть равна по границам одному сценарию, с разным успехом используемому участниками, или включать в себя несколько сценариев (равно как и один сценарий может включать в себя несколько коммуникативных ситуаций), в рамках коммуникативной ситуации основным действующим лицом может многократно сменяться. Инициатор – это тот, кто создает коммуникативную ситуацию и/или запускает сценарий. Реагент – это тот, кто вовлекается (по своей воле или нет) в коммуникативную ситуацию или сценарий. А основным действующим лицом – это тот, кто безотносительно к тому, запускает ли он ситуацию или сценарий, с успехом реализует его для себя. Основным действующим лицом – это тот участник сценария, к действиям которого вольно и/или невольно подстраиваются другие. Ему преимущественно принадлежит право поставить точку в разговоре.

Например, при реализации сценария эксперимента инициатором будет тот, кому принадлежит его идея, а реагентом тот, на ком эксперимент ставится. Основным действующим лицом может быть: 1) инициатор, выстраивающий развитие сценария так, что эксперимент ему удастся (реагент встраивается в экспериментальные условия как в реальные), 2) другой участник, которого инициатор просит реализовать его (то же плюс подстройка изначального замысла к способностям непосредственного исполнителя), 3) реагент, подыгрывающий экспериментатору так, что ситуация оборачивается в его собственную пользу или срывает эксперимент (и в том, и в другом случае задумавшие эксперимент будут вынуждены адаптировать его к поведению реагента). Таким образом, основным действующим лицом – это тот, кто определяет результативное развитие сценария и его финал.

Следует отметить, что реализация сценария может охватывать различные временные и коммуникативные отрезки: от одной фразы до всей жизни человека или существования определенной цивилизации. Например, с одной стороны, сценарием можно считать вопрос «Кто там?» как реакцию на стук в дверь и ответ на него, с другой – поиски смысла жизни, определение своего места в мире, а с третьей – попытки ответить на вопрос о происхождении и устройстве Вселенной.

Любой нормальный человек в своей коммуникативной практике реализует множество сценариев. При этом может наблюдаться и преимущественное использование одного сценария. Например, человека, который преимущественно использует сценарий допроса, называют почемучкой, а человека, который злоупотребляет сценарием провокации, – пакостником и сволочью. Человек, злоупотребляющий сценарием отчета, приобретает определение «зануда», миротворчества – «мать Тереза», самонавязывания

– «выпендрожник» и так далее. Само наличие этих определений говорит о том, что языковое сознание фиксирует существование сценариев.

Нужно разграничивать социальные явления, которым приписывается статус типичных разговоров (спор, переговоры, попрошайничество, знакомство и т.п.) и собственно информационно-коммуникативные явления – сценарии, которые типичны сами по себе, безотносительно к культурным и социальным условиям. При реализации социального явления могут быть использованы самые различные сценарии, так же, как и один сценарий может использоваться в различных социальных явлениях. Так, например, при попрошайничестве могут быть использованы сценарии допроса, отчёта, провокации, самонавязывания, отпугивания, состязания и т.д. В основе выделения типичных социальных явлений лежат общие характеристики людей и их отношений, а в основе выделения сценариев – общие характеристики взаимодействия информационных и коммуникативных форм. Постоянное и неперемное пересечение социальных явлений со сценариями создает иллюзию их тождественности, с чем нельзя согласиться, потому что речевая практика четко показывает отсутствие у типичных социальных явлений единых коммуникативных черт, хотя у них могут быть единые речевые черты, что также вовсе не обязательно.

Всего существует двенадцать сценариев. Они подразделяются на шесть пар. Информационные сценарии (допрос и отчёт), активационные сценарии (миротворчество и провокация), эгоцентрические сценарии (самонавязывание и отпугивание), статусные сценарии (состязание и подчинение), креационные сценарии (создание и уничтожение) и исследовательские сценарии (эксперимент и мимикрия). Сценарии в рамках одной пары объединены общей целевой установкой, которая применительно к каждому компоненту реализуется противоположно. При этом между собой эти общие установки не взаимодействуют и не пересекаются, расположены в разных сферах коммуникативного взаимодействия.

Любая форма коммуникативного взаимодействия может быть сведена к тому или иному из этих сценариев или их последовательной совокупности. При этом необходимо иметь в виду, что такая совокупность может быть только линейной и никогда одномоментной (симультанной). Иллюзия объединения сценариев в более сложные формы (допрос с провокацией, самонавязывание с миротворчеством и т.д.) обусловлена мнимой и весьма относительной свободой человека в плане перехода от одного сценария к любому другому, в то время как сам переход связан со сменой цели или формы её достижения. Последнее, в свою очередь, обусловлено процессами, происходящими в информационном и коммуникативном пространствах. Может возникать и иллюзия симультанности. Она появляется в силу всего того, что так или иначе объединяет сценарии, в частности – в следующих ситуациях: 1) при реализации исследовательских сценариев;

2) при отсутствии четкого осознания говорящим своих целей и слушающим – целей говорящего; 3) при использовании общих жанровых форм. Даже в случае контактной реализации одноименного сценария смена инициатора (переход роли) обозначает начало нового сценария.

Даже когда человек реализует исследовательские сценарии и достижение специфических целей связано с необходимостью поменять стереотипную форму, это не сопровождается сменой или удвоением целевой установки. Исследовательские сценарии используют формальный аппарат других сценариев, что создает фантом их симультанного совмещения, но весь этот арсенал подчинен задачам, которые лежат вне сферы традиционного использования этих единиц. При полифункциональных коммуникативных действиях и действиях с нечетко понимаемой говорящим и/или слушателем целью, например, в отчетно-навязчиво-провокационно-подчиняющей речи, инициатор, осознавая или не осознавая это, стремится к достижению одной главной цели, то есть реализует один сценарий. Жанровые формы, которые могут использоваться в нескольких сценариях, в каждом случае служат для достижения в той или иной мере определенной цели, то есть при потенциальной возможности многоцелевого использования такие жанровые формы актуально существуют в каждом конкретном случае лишь в одном сценарии.

Форм взаимодействия, находящихся вне этих сценариев, не существует. Это подтверждается практикой и тем, что при формулировке их характеристик учтены все инвариантные целевые установки. Неучитываемые далее при классификации целевые установки (рассмешить, вызвать слёзы, озадачить, огорчить, вызвать интерес, акцентировать внимание, интерпретировать слова и поведение и др.) могут быть реализованы посредством любого из описываемых далее сценариев, следовательно, для классификации они не функциональны. В то же время цели одного сценария посредством другого достигнуть нельзя. В этом смысле они являются стабильными коммуникативными формами, обособленными друг от друга. В основу описания положены те целевые установки, взаимное замещение которых невозможно и которые тем самым являются показателями самостоятельности анализируемых образований.

В состав сценариев не включается универсальное коммуникативное действие уклонения, поскольку оно всегда предполагает наличие основного действующего лица и в этом отношении может быть реализовано только реagenтом. Уклонение как действие инициатора может означать временное растягивание, прерывание сценария для решения частных задач данного сценария другими способами в рамках другого сценария или фактическую смену сценария. Уклонение, как и выход, возможны на любом этапе сценария в любой форме.

Полное описание сценария можно получить посредством учёта следующих характеристик.

1) Общая и частные установки реализации сценария (получить или распространить информацию, привлечь к себе внимание или оттолкнуть от себя, понизить или повысить свой статус, побудить к действию или нейтрализовать его, создать или деактуализировать компонент картины мира, проверить коммуникативные формы на прочность или проницаемость). Целевая установка сценария не создается волей человека и существенно не зависит от условий конкретных коммуникативных ситуаций, а формируется в информационном пространстве в результате процессов его самоорганизации. Однако фокусом ее сосредоточения и наиболее доступным объектом наблюдения этих явлений был и остается человек. Описание целевых установок осложняется двойственностью их сущности: синергетической со стороны информационного пространства и мнимопрагматической со стороны человека. Мы поневоле вынуждены обращать внимание на то, как ситуацию видят люди.

При описании целевой установки воспроизводится совокупность ментальных интенций, которая служит пусковым механизмом для реализации сценария. Эти интенции позволяют объединять сценарии в функциональные пары. В рамках каждой пары наличествуют общие для обоих компонентов, противопоставляющие другим парам, и индивидуальные для каждого из них, противопоставленные друг другу целевые установки. Таким образом, каждый сценарий обладает своей собственной, уникальной целевой установкой. Сам факт четко выраженных различий в целевых установках подтверждает реальность существования сценариев. В своей совокупности эти целевые установки являются общим описанием всех разновидностей ментальных действий, осуществляемых в рамках языка. То есть любое действие сводимо к какой-либо из этих установок, и нет действий, которые бы осуществлялись вне них.

При всей сложности и многомерности своей природы целевые установки сценариев могут быть описаны посредством воспроизведения набора намерений, которые возникают в языковом сознании человека или группы людей и обязательно требуют своей реализации.

2) Предпосылки реализации (внешние условия, предопределяющие характер протекания сценария), степень подготовленности, вынужденности контакта. Когда мы обращаемся к предпосылкам, необходимо иметь в виду следующее. Каждый из сценариев имеет одну основную, центральную предпосылку, которая не дублируется другими сценариями и определяет его специфику. В то же время частные предпосылки у всех сценариев в большинстве своем, хотя и не тождественны (одна и та же предпосылка в различных сценариях имеет различные выходы), дублируют друг друга, повторяются применительно к различным сценариям. Например, ранее

взятые обязательства могут быть предпосылкой любого сценария (кроме сценария создания), соответственно, и реализующие эту предпосылку в силу своей профессии люди используют различные сценарии. Именно совокупность единых частных предпосылок для различных сценариев создает нормальную для коммуникации ситуацию реального или потенциального выбора. С другой стороны, именно она служит базой для всей совокупности исследовательских сценариев. Успешная реализация сценария предполагает устранение его предпосылок.

3) Характеристики участников (инициатора и реагента), основной действующий. При описании инициатора и реагента учитываются их коммуникативные цели, типичные для них социальные роли, факт их реального присутствия в коммуникативной ситуации. Как инициатор, так и реагент могут быть трех типов, отнесение к которым зависит от того, каким образом они представлены в реальности и в коммуникативной ситуации. Реальный участник существует на материальном плане реальности и физически представлен в ситуации, где сценарий реализуется (например, соавторы в момент написания этого текста). Номинальный участник существует на материальном плане реальности, но не включается в данную коммуникативную ситуацию в качестве существа, способного производить речевые формы (например, в венке сонетов М. Волошина «Lunaria» все тексты обращены к луне). Воображаемый участник не существует на материальном плане реальности и не представлен в данной коммуникативной ситуации, это аморфный неструктурированный образ, в характеристиках которого сам говорящий не отдает себе отчета (например, совесть в приступах угрызения). Эти типы равнопредставлены во всех сценариях, однако конкретные их реализации могут отличаться или пересекаться.

В качестве примеров инициатора и реагента приводятся различные социальные типы (кондуктор, пиарщик, тренер и т.д.). Это не означает, что в их характеристиках нет места другим сценариям, однако доминирующим (определяющим характер их деятельности) сценарием для них можно считать тот, в рамках которого эти социальные типы упоминаются. Поскольку в коммуникативной ситуации могут быть задействованы несколько участников, между которыми устанавливаются различные отношения разного уровня (отношения в коммуникативном пространстве или отношения в конкретной ситуации), по отношению к различным участникам, инициатор может находиться в рамках разных сценариев, что в частности выражается в том, что один и тот же социально-коммуникативный тип может представлять различные сценарии. Например, по отношению к законопослушным гражданам, которые не находятся с ним в одной коммуникативной ситуации, но находятся в одном коммуникативном пространстве, надзиратель реализует сценарий миротворчества, а по отношению к заключенному, с которым надзиратель находится в одной коммуникативной ситуации,

он реализует сценарий провокации. Эта возможность позволяет представителям инициаторов некоторых сценариев использовать упоминания представителей других сценариев в специфических контекстах, способствующих решению задач коммуникации (кондуктор представляет контролера как отпугивателя, хотя последний реализует сценарий допроса; в качестве отпугивателя школьные учителя используют милиционеров, а родители – злого дядьку). В целом же любой из сценариев может реализовать любой человек.

Основной действователь, как сказано выше, – это участник, который управляет протеканием сценария, причем в этом качестве может выступать любой участник ситуации: инициатор, реагент или наблюдатель. Отличительная особенность основного действователя – желание обязательно довести актуальный для него сценарий до конца.

4) Отношения между участниками (равноправные, неравноправные, нейтральные, отсутствующие).

5) Последовательность информационно-коммуникативных событий. В рамках любого сценария она вариативна: может быть простой и усложненной, прямой и завуалированной, мягкой и жесткой, закрытой и открытой, интерактивной и неинтерактивной. Простая последовательность в отличие от усложненной предполагает структурную прозрачность, следование кратчайшему пути достижения цели, неиспользование других средств, действие в лоб (не знаешь – спроси; не знаешь, что делать – не делай ничего). Прямая последовательность в отличие от завуалированной предполагает обнаженность цели, называние предметов, установок, желаний своими именами. Мягкая последовательность включает в себя элементы, подчеркивающие ненавязчивость инициатора, а жесткая – диктат, не допускающий отклонения от заданного курса. Закрытая последовательность в отличие от открытой имеет четко фиксированный финал, не предполагающий продолжения. Интерактивная последовательность предполагает участие реагента, выражение им своего внимания, отношения к действиям инициатора.

При всей универсальности обозначенных выше структурных вариантов содержательное наполнение каждого сценария делает их специфичными. Например, в сценарии допроса простая последовательность состоит в постановке одного или нескольких прямых вопросов в расчете получить на него/них конкретные ответы (– Который час? / – Без четверти три). Усложненная последовательность включает в себя вопросы, прямо к основным не относящиеся, но обеспечивающие ответы на них (– Ты получил зарплату? / – Да. / – Можешь занять тысяч десять? / – ...), в том числе создающие ситуацию логического тупика и разного рода ловушки. Прямая последовательность предполагает четкое определение темы или предмета речи (– Как ты относишься к Иванову? / – Хорошо). Завуалированная последовательность – тема или предмет речи прямо не определяются или могут

вообще не упоминаться, например, при косвенном выяснении мнения о чем-либо. Вопросом «Что ты думаешь о решении, принятом Ивановым?» формально устанавливается тема «решение Иванова», а содержательно «мнение об Иванове». Мягкая последовательность предполагает меньшую степень неравноправия и давления (– Будьте любезны, подскажите, как пройти к метро? / – Пройдите прямо до перекрестка, потом налево). Жесткая последовательность предполагает большую степень неравноправия и давления (– Дорогой, где ты был? / – Бегал. / – Странно, но майка сухая и совсем не пахнет. Где ты был? / – Бегал). Закрытая последовательность предполагает наличие вопросов, ради ответа на которые реализуется сценарий (как, например, в блиц-интервью). После ответа на эти вопросы реализация сценария заканчивается. Открытая последовательность предполагает отсутствие центральных вопросов и используется для их формулировки, наблюдения за поведением, формального поддержания контакта и т.д. При активном противодействии реагента возможен переход от одного варианта последовательности к другому.

Вариативность последовательности информационно-коммуникативных событий определяется такими факторами, как наличие или отсутствие заинтересованности инициатора или реагента, благоприятных условий для протекания сценария, внутренних или внешних регуляторов. Но эта вариативность никак не изменяет общую схему действий.

В этой части описания приводится обобщенная схема действий. В реальной практике этот скелет обрастает мясом, порой изменяющим его облик до неузнаваемости: в частности, отдельные действия могут быть пропущены, переставлены местами, их состав может быть дополнен, а один и тот же исходный пункт может приводить с учетом всех нюансов коммуникативного взаимодействия к бесчисленному множеству так или иначе соотносимых или несоотносимых результатов.

По инвариантным характеристикам сценарии представляют собой следующую последовательность действий, в которой участники отзеркаливают друг друга, в результате чего их действия на каждом этапе реализации сценария являются тождественными: 0. Возникновение предпосылок и информационной основы сценария. 1. Вход (втягивание). 2. Ориентация. 3. Моделирование. 4. Генерирование речевых форм. 5. Адаптация коммуникативного пространства под свои задачи как участника в соответствии с диктатом сценария. 6. Экспликация собственного коммуникативного статуса. 7. Внешнее выражение речевых форм. 8. Прогнозирование реакции. 9. Реакция. 10. Оценка реакции. 11. Оценка результата. 12. Информационный финал сценария.

С учетом этой универсальной последовательности при описании конкретных сценариев имеет смысл указывать лишь специфические особенности последовательности действий каждого из участников.

Следует отметить, что на различных этапах, но, как правило, на этапах экспликации собственного коммуникативного статуса и внешнего выражения речевых форм участники входят в трансное состояние. Сам этот вход является непосредственным, физическим контактом с информационным пространством или прямым подключением к нему. В этом смысле люди, которые умеют безболезненно для себя продуцировать транс при соединении с актуальной для них темой, обречены на победу в любом сценарии.

6) Возможные речевые формы.

7) Степень формальной заданности (нормативности, протокольности).

8) Разновидности сценария, которые определяются по составу и характеристикам участников, по наличию фиксированных речевых форм для их обозначения, особенностям протекания, по различным критериям результативности. При этом следует учитывать, что варианты сценария могут различным образом совмещаться и противопоставляться.

9) Перечень коммуникативных ситуаций, в рамках которых реализуется сценарий.

10) Жанры, в которых воплощаются речевые формы.

11) Способы оптимальной для говорящего реализации сценария. Для участников коммуникации может быть актуально либо продолжение сценария в заданном регистре, либо препятствование продолжению сценария в нем.

Вся эта совокупность представлений о сценариях информационно-коммуникативных событий позволяет определить их место в информационном и коммуникативном пространствах, а также месте человека в них, характере его речевой деятельности и мере её действительной свободы. Формат данного учебного пособия не позволяет представить характеристики конкретных сценариев в полном объеме, поэтому далее рассмотрим только целевые установки сценариев информационно-коммуникативных событий и специфику участников этих сценариев.

3.2. Информационные сценарии

В информационном пространстве постоянно существуют области разреженности или сгущения тем (недостаточности или избыточности информации). Информация между ними перераспределяется. Отражение этих процессов в коммуникативном пространстве является спецификой данных сценариев.

Общей целевой установкой информационных сценариев является заполнение коммуникативного пространства получаемой или передаваемой информацией.

Любая ситуация характеризуется наличием в ней определенного набора информации и цель инициатора получить или передать, приобрести

или транслировать этот объем в коммуникативное пространство. Условно говоря, до начала реализации информационного сценария существует некоторое информационное равновесие, при котором человек и информация существуют параллельно друг другу, человек не заинтересован в ней. При нарушении такого равновесия (недостаточности или избыточности информации по отношению к человеку) начинается использование информационных сценариев.

В данном случае основным объектом внимания инициатора сценария является не лицо, не окружающий мир, не что-либо еще, а именно информация как совокупность новых для данного момента знаков, которые нужно либо получить, либо распространить, а также факторы, влияющие на её наличие / отсутствие, достоверность (количество, доступность, степень воздействия, адекватность информации). Образно говоря, цель информационных сценариев сводится к тому, чтобы разбросать камни или собрать их; инициатор может быть либо попрошайкой, либо меценатом, либо следователем, либо информатором.

Таким образом, общая целевая установка информационных сценариев сводится к заполнению информацией области, в которой находится инициатор, или области, по отношению к которой инициатор внеположен. В зависимости от места инициатора по отношению к области заполнения и его роли в реализации общей целевой установки различаются целевые установки сценариев допроса и отчета.

3.2.1. Сценарий допроса

Целью реализации данного сценария является прямое или косвенное выяснение, извлечение какой-либо информации или установление степени соответствия имеющейся информации реальному положению дел. Степень соответствия может устанавливаться по отношению к информации собеседника (правду ли он говорит), информации инициатора (известна ли мне правда), каким-либо нормам или требованиям (знает ли он то, что нужно, и вписывается ли это знание или поведение в существующий стереотип), внутренней целостности (не противоречит ли человек сам себе и не противоречит ли данный сегмент информации общим представлениям в данной области), самому собеседнику (тот ли он, за кого себя выдает), посторонним источникам (правду ли пишут газеты, говорят на улицах, рассказывают в новостях и т.д.). Все эти вопросы сводятся к формуле «Мне нужно выяснить», то есть инициатора волнует категория обладания информацией. Он принимает на себя роль сборщика налогов, который перекладывает деньги из кармана, где их много, в карман, где их мало. При этом его может интересовать или не интересовать реальная польза от такого облада-

ния. Главное – знать, насколько соответствует реальности то, что происходит, происходило или будет происходить.

Такое выяснение диктует использование различных форм вопрошания и, в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника, способов его оптимизации, но наиболее часто – создания благоприятных условий для извлечения информации: запугивания собеседника, принижения его, льстивого преувеличения его значения, анализа невербальных компонентов, сопровождающих озвучивание запрашиваемой информации и т.д.

Инициатором реализации сценария допроса всегда является тот, кто испытывает недостаток в собственных знаниях, хочет получить информацию и тем самым этот недостаток восполнить. Свое коммуникативное поведение он направляет на эту цель. Инициатор видит только один путь достижения своей цели – извлечь её из внешнего источника. В целом действия инициатора подчинены формуле «Хочу всё знать». В нём живет дух почемучки, он постоянно стремится собирать данные, концентрировать их в одном месте. Его мало интересует статус собеседника, но очень волнует реальное или предполагаемое наличие у него нужной информации. Инициаторами здесь могут быть исполнители разных социальных ролей: следователь, врач, контролер, экзаменатор, исследователь, ведущий игры, интервьюер, заблудившийся в чужом городе прохожий, ревнивая жена, любознательный ребенок, член экспертной комиссии, коллекционер, обеспокоенный чем-либо человек, клиент справочной службы, официант в момент приема заказа, гаишник, – то есть любые лица, стремящиеся что-либо выяснить. Речевая маска инициатора варьируется в широком диапазоне, но её инвариантными чертами являются стремление поглотить информацию и сопутствующие этому действия.

Реагентом в этом случае оказывается человек, у которого есть или предполагается наличие информации: свидетель, подозреваемый, пациент, пассажир общественного транспорта, ученик или студент в момент ответа, объекты реальной (социальной) действительности, игрок интеллектуальной игры, респондент, местный житель, страдающий от ревности супруг, взрослый, экспертируемые материалы, возможные собственники объектов собирания, друг обеспокоенного чем-либо человека, работник справочной службы, посетитель ресторана, водитель, – то есть человек, техническое средство или мир вообще.

Основным действующим может быть в зависимости от конкретной ситуации как инициатор, так и реагент, поскольку в ходе реализации сценария свои цели может успешно реализовать как один, так и другой участник: если допрашиваемый, например, молчит, как партизан, или ему удается перевести данный сценарий в формат совершенно иного сценария, то основным действующим является он. Если же инициатору удастся реали-

зовать свою цель (получить нужную информацию), то основным действующим является инициатор.

Отношения между участниками всегда неравноправны, потому что уже сам факт обращения с вопросом предполагает, что инициатор ставит реагента в ситуацию, когда тот должен доказывать свою компетентность или свое соответствие реальным или предполагаемым требованиям. В presupпозиции самого вопрошания содержится семантика 'я могу тебя спросить, ты должен ответить и я по характеру ответа буду тебя оценивать'. А сама предполагаемая возможность оценки уже содержит в себе компонент превосходства. В ряде ситуаций это превосходство выражено более ярко и сопряжено с социальной зависимостью, в другом ряде – менее выражено и ни с какими социальными отношениями не сопряжено. В то же время самим фактом вопроса человек ставит себя в зависимость от того, кого он вопрошает. Мера этой зависимости также может быть очень большой или минимальной, но всегда присутствует. Такое противоречие в отношениях участников всегда ставит инициатора в сложное положение. Он вынужден задумываться над тем, как будет выглядеть в глазах реагента, задавая тот или иной вопрос. Это служит причиной нерешительности и замешательства, которые испытывают многие люди перед тем, как задать элементарный вопрос.

Отношение участников к наблюдателям определяется тем, насколько они помогают им реализовать собственные задачи. Инициатор приветствует наличие наблюдателей, которые фактом своего присутствия или действиями заставляют реагента сообщать информацию. Реагента интересует наблюдатель, который обеспечивает его интересы (снимает тревожность реагента или ограничивает инициатора в выборе вопросов, помогает расслабиться или собраться и т.д.).

3.2.2. Сценарий отчета

Целью реализации данного сценария является прямое или косвенное распространение какой-либо информации вне зависимости от того, соответствует ли она реальному положению дел. Распространяемая информация может относиться к чему угодно: самому говорящему (вот я какой), собеседнику (посмотри на себя), окружающему миру (глянь, что делается), любому объекту в нем (а ты знаешь), другой информации (говорят, что), способу выражения информации (я так скажу). Все эти устремления сводятся к формуле «Мне необходимо рассказать об этом», то есть инициатора волнует категория экспликации определенного объема информации. Он принимает на себя роль глашатая, который транслирует слова, точно так же, как пушка Петропавловской крепости извещает о полдне. При этом распространяемая информация может быть актуальной для говорящего, волновать его или быть абсолютно безразличной говорящему. Поэтому

инициатор может заботиться о достоверности, достоверность может быть для него нерелевантна или же в некоторых ситуациях для него может быть актуальна недостоверность. Главное здесь – распространение и сам факт передачи определенного объема информации в зависимости или вне зависимости от его формальных или содержательных характеристик. Любой отчет – это создание некоторой реальности, соотношенной с действительностью, хотя это соотношение может быть различным: от «Я так сказал, значит, так и есть» до «Я говорю так, потому что точно знаю».

Такое распространение информации диктует использование различных форм повествования и, в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника, способов его оптимизации, но наиболее часто – придания информации большей значимости, источнику информации – большей авторитетности, использования различных способов дезинформации, многократных повторов, монопольного использования средств распространения, полной узурпации внимания приемника информации, учета его потребности и формирования таких потребностей, которые нужны распространителю, а также паралингвистических средств т.д.

Получение нужной информации является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кто хочет передать информацию, распространить её в пространстве и времени, зафиксировать её таким способом, чтобы она так или иначе стала доступной той или иной группе адресатов. Свое коммуникативное поведение он направляет на эту цель. Единственный путь достижения этой цели – сообщить информацию реагенту. Реализация сценария не предполагает обязательной сиюминутности и может быть ориентирована на сколь угодно длительную перспективу. У инициатора может быть самое разнообразное представление о реагенте, и он строит свое коммуникативное поведение в соответствии с этим представлением. В целом действия инициатора подчинены формуле «Слушайте, что я говорю». В нём живет дух глашатая, он стремится заполнить информацией доступное ему коммуникативное пространство. Инициаторами здесь могут быть исполнители разных социальных ролей: журналисты, мемуаристы (работающие вне социального или частного заказа), лекторы, водители автобусов, инструкторы, экскурсоводы, ораторы на митинге, доносчики, докладчики на конференции, спортивные комментаторы, сплетники, резонеры, дикторы – то есть любые лица, стремящиеся что-либо сообщить не в ответ на запрос, а главным образом, исходя из личной потребности увеличить количество информации. Речевая маска инициатора варьируется в широком диапазоне, от одинокого летописца до вещающего перед миллионной аудиторией сытого политика, но её инвариантными чертами являются стремление распространять информацию и сопутствующие этому действия.

Реагентом в этом случае оказываются человек или группа лиц, которые по собственной или несобственной воле получают информацию, воспринимают тексты «к сведению»: читатель газеты, телезритель, кинозритель, студент на лекции, инструктируемый, экскурсант, толпа на митинге, получивший донос чиновник, пассажир общественного транспорта, член диссертационного совета, а также любой идеальный или материальный объект, к которому обращен отчет.

Основным действующим в подавляющем большинстве случаев реализации данного сценария является инициатор: он в целом управляет характером восприятия информации, темпом её подачи, её доступностью, ходом протекания сценария. Однако в случаях, когда реагент владеет большим объемом информации, заинтересован в её экспликации, стремится помочь растерявшемуся или замешкавшемуся инициатору, он сам может становиться основным деятелем.

Отношения между участниками равноправны, потому что в рамках данного сценария характер общения между людьми не предполагает обязательности восприятия излагаемой информации, а сам человек, излагающий информацию, не воспринимается как доминирующий. Но в некоторых ситуациях характер самопрезентации участника и распределение социальных ролей могут повлиять на отношения и сделать их неравноправными. При этом может меняться (повышаться или понижаться) коммуникативный статус как инициатора, так и реагента. Например, человек, который пришел, чтобы оправдываться, будет занижать свой коммуникативный статус, а человек, слушающий подчиненного, будет вести себя так, словно его социальная роль повышает его статус и в случае с ситуацией в рамках данного сценария.

Отношение участников к наблюдателям зависит от характера сообщаемой информации. Если характер сообщаемой информации не предполагает ограничения круга посвященных, отношение к наблюдателю положительное или нейтральное. Если же информация предназначена для узкого круга, в который не входит наблюдатель, то отношение к нему будет негативным.

3.3. Активационные сценарии

В информационном пространстве всегда существуют конфликтные области. Они изменяют степень своей активности и перемещаются. Отражение этих процессов в коммуникативном пространстве является спецификой данных сценариев.

Общей целевой установкой активационных сценариев является деформация коммуникативного пространства в ту или иную сторону, в том или ином отношении (стабилизации или нарушения равновесия).

Любой сегмент коммуникативного пространства до того момента, как в нем начинают действовать активационные сценарии, обладает определенным набором взаимосвязанных характеристик, которые указывают на качества участников и их взаимодействия. Этими качествами могут быть, например, неустойчивая, взрывоопасная ситуация, состояние конфликта, нервозности, состояние успокоенности, уверенности, предсказуемости или непредсказуемости. Целевая установка данных сценариев – изменить эти качества, параметры, имеющие отношение к участникам и ко всей ситуации в целом, деформировать условия, причины и следствия развертывания ситуации, что осуществляется посредством целенаправленного воздействия на их участников. Образно говоря, цель активационных сценариев сводятся к тому, чтобы либо разжечь пожар, либо погасить его, создать кризис или нейтрализовать его, поссорить или помирить, разжечь войну или прекратить её. И человек, стремящийся создать нестабильность, и человек, стремящийся её погасить, находятся в постоянном поиске конфликта, существуют в потенциально конфликтном пространстве.

В данном случае основным объектом внимания инициатора сценария является не информация, не лицо, не окружающий мир, не что-либо еще, а мера устойчивости ситуации в целом, которой он стремится управлять, увеличивая её до предела или уменьшая до нуля, само это управление, а также факторы, изменение которых влечет за собой изменение меры устойчивости (степень стабильности и пути управления ею, посредством деформации всех компонентов коммуникативной ситуации или какого-либо из них).

Таким образом, общая целевая установка активационных сценариев сводится к стабилизации или дестабилизации первоначального состояния конкретного сегмента коммуникативного пространства. В зависимости от того, какую функцию в реализации общей целевой установки принимает на себя инициатор, различаются целевые установки сценариев миротворчества и провокации.

3.3.1. Сценарий миротворчества

Целью реализации данного сценария является прямая или косвенная нейтрализация нежелательного, с точки зрения инициатора, действия, состояния, которое уже имеет или может иметь в его восприятии негативные последствия. Такое действие может быть связано со стремлением погасить конфликт между ним и собеседником (ребята, давайте жить дружно), между собеседниками (не надо ссориться), между третьими лицами (скажи ему, чтоб не бузил), и целыми коллективами (да скажите им, наконец, что поднимете зарплату!) от отдельной студенческой группы до стран и союзов. Все эти устремления сводятся к формуле «Я хочу всеобщего покоя и

благоденствия», то есть инициатора волнует категория стабильности, и он затрачивает любые усилия для того, чтобы реально её достичь. Он принимает на себя роль пожарного, который борется с разрушительным огнём. При этом не важно, какие это будут усилия, как они будут оцениваться – важно их приложить. Следует отметить, что существование конфликта так или иначе имеет состязательный аспект, однако в отличие от сценария состязания в рамках сценария миротворчества этот состязательный аспект неактуален для инициатора, которого интересует устранение конфликта как такового: он работает с конфликтом, а не с соперником.

Такая нейтрализация диктует применение различных форм успокоения, убаюкивания и, в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника, способов его оптимизации, но наиболее часто – умения подстроиться под речевую манеру каждой из сторон, определения действительных или мнимых причин конфликта, вытеснения или перевода в другую сферу различных аспектов конфликта, подавления активности сторон или их отдаления, различного типа устранения одной из сторон, манипуляции формальной и неформальной логикой и т.д.

Стабилизация ситуации является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кто хочет сгладить или нейтрализовать реальную или потенциальную конфликтную ситуацию, установить мир в более или менее широком коммуникативном пространстве, способствовать разрешению опасного спора, свести на нет нежелательную ссору, остановить драку, успокоить, привести к единому знаменателю различные точки зрения, преодолеть разногласия, способствовать внешнему или внутреннему умиротворению, прекратить междоусобицу, примирить противников или оппонентов, разрешить противоречия, обойти опасную или неприятную кому-либо ситуацию, установить равновесие. Свое коммуникативное поведение он направляет на эту цель. Реагента он представляет себе как человека, попавшего в сложную ситуацию, которую сам этот человек разрешить не может. В целом действия инициатора подчинены формуле «Давайте жить дружно». В нём живет дух объединения, он стремится устранить конфликты и настроить или восстановить связи. Инициаторами здесь могут быть исполнители разных социальных ролей: федеральный, мировой, спортивный, третейский судьи, сескунданты, дипломаты, надзиратели в отношении законопослушных граждан, воспитатели в детском саду, регулировщики дорожного движения, члены согласительной комиссии, психоаналитики, члены комиссии по трудовым спорам, конфликтологи или любые другие люди, примиряющие человека с другим, другими или с самим собой, а также язык, поскольку в его паремиологическом фонде представлены решения практически всех возможных конфликтных ситуаций. Речевая маска инициатора варьирует-

ся в широком диапазоне, но её инвариантными чертами являются стремление под воздействием различных причин деактивировать конфликтную ситуацию и сопутствующие этому действия. В процессе реализации сценария инициатор меняет степень актуальности тем, говорит, что это не важно, а важно, чтобы все жили в согласии. В том смысле он управляет вниманием реагента, выбирает нужные себе темы, как музыкант дергает одни струны и не трогает другие для получения нужной себе музыки.

Реагентом в этом случае оказывается человек, который произвольно участвует или непроизвольно втянут в конфликтную ситуацию, у которого есть потребность усугубить ситуацию, а также тот, кто не может самостоятельно найти выхода: истец и ответчик в суде, спорщик, хулиган, драчун, сварливая жена, конфликтный коллега, враждующие стороны, невротик, сутяга, обидчик и его жертва, нарушитель общественного порядка, разжигатель войны, бузотер, бретер, оскорбитель и оскорбленный, – то есть человек, который находится в контексте нестабильного, неравновесного коммуникативного окружения. Такой человек дестабилизирован внутренним или внешним конфликтом, может иметь или не иметь потребности в его прекращении, склонен к деструктивным решениям, не всегда адекватно оценивает ситуацию, подчинен ей.

Таким образом, в данном сценарии основное отличие инициатора от реагента состоит в том, что реагент находится в ситуации, а инициатор пытается встать над ситуацией, воспринимая её целостно или в контексте других, поэтому основная задача инициатора – вывести реагента за пределы ситуации, представить её как неактуальную.

Основным действующим лицом сценария преимущественно является инициатор, так как он (с разной степенью адекватности понимания) формально и содержательно стоит над ситуацией, занимает более высокую позицию, чем реагент, обладает большим количеством информации, приписывает себе способность управлять реагентом и, таким образом, наделяет себя функциями координатора и регулятора коммуникативных процессов. Лишь в некоторых случаях реагент может становиться основным действующим лицом, подыгрывая инициатору или перетягивая на себя инициативу, когда инициатор уже исчерпал свои возможности или что-либо препятствует их реализации.

Отношения между участниками всегда неравноправны, потому что уже сам факт попытки управлять ситуацией указывает на то, что инициатор ставит реагента в подчиненную позицию, но при этом инициатор может делать так, чтобы реагент воспринимал отношения как равноправные, поскольку такое восприятие действий миротворца более способствует достижению консенсуса. Впрочем, инициатор может подчеркнуто демонстрировать свое коммуникативное превосходство, говоря: «Молчать!», «Прекратить базар!», «Смирно!».

Отношение участников к наблюдателям всегда заинтересованное. Но эта заинтересованность, связанная с тем, что никакой конфликт не является исключительно конфликтом личностей, а проецируется в коммуникативное пространство, может подталкивать конкретного инициатора к различным действиям в отношении наблюдателей, в том числе, к их вовлечению в ситуацию (Идите все сюда!) или их устранению из неё (Оба ко мне в кабинет!). Реагент заинтересован в расширении конфликтной области, а следовательно, и в наблюдателях, которых может привлечь на свою сторону, к которым может апеллировать.

3.3.2. Сценарий провокации

Целью реализации данного сценария является прямое или косвенное (вербальное или невербальное, словом или делом) побуждение к желательному, с точки зрения говорящего, действию (в частном случае – к бездействию). Этим действием может быть воплощение капризов инициатора (я так хочу), удовлетворение его насущных потребностей (мне очень нужно), реализация интересов третьих лиц (им так будет лучше, от меня этого требуют), приведение действий собеседника или третьего лица в соответствие с нормами, обязанностями, долгом (так должно быть) либо побуждение собеседника к провокации (провокация провокации). Все эти устремления сводятся к формуле «Я не хочу всеобщего покоя и благоденствия», то есть инициатора волнует категория нестабильности и её доведение до какого-либо действия или поступка. Он принимает на себя роль речного толкача, который заставляет баржу двигаться в нужном ему направлении. При этом его могут интересовать или не интересовать последствия этого действия для собеседника: инициатору важна категория результативного импульса, вербальное или физическое действие как прямой или косвенный, ближайший или удаленный результат его усилий.

Такое побуждение диктует использование различных форм раздражения, дестабилизации и, в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника, способов его оптимизации, но наиболее часто – создания искусственных условий, в которых собеседник будет более подвержен влиянию извне, дезориентации, реализации разнообразных ловушек, демонстрации осведомленности, актуализации тех или иных стереотипов и манипуляции ими, озвучивания выгод и проблем, связанных, соответственно, с действием или его отсутствием и т.д.

Дестабилизация ситуации является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кто стремится подтолкнуть кого-либо к какому-либо действию (разжечь конфликт, столкнуть двух людей, вызвать тот или иной поступок, спровоцировать ссору, завербовать человека, активизировать интеллектуальные или физи-

ческие усилия, стимулировать различные поведенческие реакции, вызвать определенный тип отношения, управлять человеком или группой, перевести активность человека в другое направление, создать видимость активности, изменить реальность) и направляет на эту цель все свои коммуникативные усилия. Это действие может быть нейтрально, полезно, бесполезно или вредно для реагента, самого инициатора или их обоих, но на его производство направляются все усилия инициатора. Реагента он представляет себе в качестве марионетки, которой можно управлять. В целом его действия подчинены формуле «Вы будете плясать под мою дудку». В нем живет дух подстрекателя. Инициаторами здесь могут быть исполнители разных социальных ролей: гэбэшники, резиденты иностранной спецслужбы, учителя общеобразовательной школы, конференсье, тамады, продюсеры, пакостники разного калибра, обязательно имеющие место в любом коллективе, продавцы-консультанты, тренеры, профессиональные революционеры или люди, которые себя ими считают, рейдеры, риелторы, армейские командиры, составители инструкций, законов и уставов, лингвисты-нормализаторы, рекламные или PR деятели, страховые агенты, синоптики, торговцы любой масти, профессиональные политики, модераторы, спикеры, проповедники, гипнотизеры, нищие, попрошайки, хулиганы в подворотне, модницы (если они не самонавязываются и не состязаются), шантажисты, девушки-зажигалки, крупье, участники предвыборной гонки, ведущие телевикторин, аферисты всех видов, цирковые артисты – то есть любые лица, стремящиеся подтолкнуть кого-либо к какому-то действию, поступку, изменяющему его характеристики, характеристики ситуации, а также язык, поскольку языковая картина мира во многом руководит установками и поступками человека. Речевая маска инициатора варьируется в широком диапазоне, но её инвариантными чертами являются создание нестабильности ситуации, пространства, мнений, идей, установок и указание нужного инициатору пути.

Реагентом в этом случае оказывается человек, который попадает в поле активности провокатора, причем способности человека к действию, которое необходимо провокатору, не повышают шансов стать реагентом в рамках данного сценария: избиратель, целевая аудитория рекламы и PR, прихожанин, солдат, участник ток-шоу и фокус-группы, спортсмен, судья, член жюри, зритель, болельщик, то есть любой человек, попавший в сферу интересов инициатора. Нет человека или коллектива, который реально или потенциально не был бы реагентом данного сценария. Таким образом, возникает диспропорция между ограниченным числом инициаторов и бесконечным числом реагентов, что ведет к тому, что инициаторы начинают конкурировать и конфликтовать друг с другом: родители с учителями, социальная, политическая, религиозная, коммерческая реклама – между собой, торговцы и политики. В результате реагент может оказываться одно-

временно в рамках нескольких провокационных сценариев, что является еще одним фактором дестабилизации, который в то же время затрудняет последовательную реализацию каждого из них.

Основным действующим преимущественно является инициатор. Исключения составляют те случаи, когда реагент не поддается провокации или сам меняет сценарий, результативно изобличает провокатора в производимых им действиях, ставит непреодолимые преграды между собой и инициатором или сам становится провокатором.

Отношения между участниками неравноправны, но неравноправность здесь определяется не коммуникативной позицией, а осведомленностью в проведении сценария: если о проведении сценария осведомлен только инициатор, то он и занимает главенствующее место, если об этом осведомлен также и реагент, то главенствующее место занимает реагент. В отношении коммуникативной позиции провокатор может внешне произвольно занимать любое место, в том числе подчиненное (например, нищий, попрошайка), оставаясь при этом ведущим в аспекте осведомленности об осуществляемом им сценарии.

Отношение участников к наблюдателям разное. Для инициатора наблюдатели могут быть важны, вредны или безразличны в зависимости от задач и уровня квалификации. Для реагента, осведомленного в своем участии в сценарии, они всегда выгодны, поскольку могут ограничивать инициатора в действиях.

3.4. Эгоцентрические сценарии

В информационном пространстве темы ориентированы относительно центра и периферии. Они периодически меняют свое положение. Отражение этих процессов в коммуникативном пространстве является специфической данью сценариев.

Общей целевой установкой эгоцентрических сценариев является заполнение коммуникативного пространства собой. Эта целевая установка конкретизируется в более узкой цели – заполнении сознания реагентов своими эмоциями, желаниями, потребностями. При этом могут конструироваться два типа заполняющих образов: позитивный и негативный. Инициатор желает заместить себя как сложную и неоднозначную личность персонажем с четко определенными по отношению к ситуации характеристиками: абсолютно соответствующими ситуации или исключительно противоположными ей.

Любой человек в составе коммуникативной ситуации до вступления в сценарий занимает в ней определенный объем, то есть на его долю приходится определенное количество информационных действий (коммуникативных интенций), обладающих определенным качеством и характеризую-

ющих его определенным образом. Началом эгоцентрических сценариев может считаться стремление изменить количественные и качественные характеристики объема своего присутствия в коммуникативной ситуации.

В данном случае основным объектом внимания инициатора сценария является не собеседник, не окружающий мир, не информация и не коммуникативная ситуация, не что-либо еще, а именно образ себя как совокупность новых для данного момента знаков, которые увеличивают объем его присутствия в ситуации, а также факторы, влияющие на этот объем (то, что позволяет создать потребный для себя образ). Иначе говоря, цель эгоцентрических сценариев сводится к тому, чтобы притянуть к себе или оттолкнуть от себя, как это делает полюс магнита, заполняя пространство своим магнитным полем.

Таким образом, общая целевая установка эгоцентрических сценариев сводится к заполнению собой данного сегмента коммуникативного пространства как притягивающей или отталкивающей основной величиной. В зависимости от того, как ориентирована эта величина (положительно или отрицательно в глазах собеседника) в реализации общей целевой установки, различаются целевые установки сценариев самонавязывания и отпугивания.

3.4.1. Сценарий самонавязывания

Целью реализации данного сценария является прямое или косвенное создание такого образа себя, который будет притягателен для собеседника. Этот образ может продуцироваться за счет действительных или вымышленных возможностей и способностей инициатора (я многое могу), дискредитации возможностей и способностей других (кроме меня никто не может), своей принадлежности к какой-либо социальной группе (я из тех самых...), демонстрации какого-либо выигрышного опыта (вот когда я был в Ватикане...), то есть заявлений о своей исключительности, а также простой словесной атакой (посмотри на меня, послушай меня), созданием или умелым использованием ситуации вынужденного контакта (куда ты от меня денешься?). Все эти устремления сводятся к формуле «Я достоин восхищенного внимания», то есть инициатора волнует категория исключительного права продуцировать информацию, являться предметом обмена информацией и концентрировать на себе внимание отдельного лица, коллектива или всего мира. Он принимает на себя роль магнита, который притягивает к себе всё, что может притянуть. При этом его могут интересовать или не интересовать собственная действительная значимость, наличие или отсутствие у собеседника свободного времени и заинтересованности в контакте, польза для него самого или для собеседника, впечатление, которое он производит. Главное – заполнить собой любимым коммуникативное пространство.

Такое привлечение внимания диктует использование или приписывание себе положительных характеристик и, в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника, различных средств оптимизации, но наиболее часто – апелляции к условиям или создания условий вынужденного контакта, отсекающего потенциальных претендентов на внимание, устранения коммуникативных барьеров, внешних раздражителей, использования наиболее распространенных способов включения в коммуникацию, перехвата и узурпации речевой инициативы и т.д.

Заполнение коммуникативного пространства своими положительными в глазах реagenta характеристиками является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кто стремится актуально попасть в центр внимания и оставаться в нем в качестве позитивного персонажа, желательного собеседника, положительного образа, востребованного в коммуникативном пространстве, пока ему это нужно, выстраивая свое поведение так, чтобы внимание к нему постоянно увеличивалось, захватывало большее и большее количество людей и их эмоциональных усилий, связанных с концентрацией на инициаторе, и используя для этого все возможные средства. Свое коммуникативное поведение он направляет на эту цель. Инициатор крайне заинтересован в реагенте, стремится захватить всё его внимание. В целом действия инициатора подчинены формуле: «Восхищайтесь мной безмерно». В нем живет дух закоренелого эгоиста, считающего, что мир должен вращаться вокруг его персоны и притягиваться к нему. Инициаторами здесь могут быть исполнители разных социальных ролей: попутчики в поезде и самолете, покупатели, пациенты, клиенты любой сферы услуг, претенденты на рабочее место, телефонные хулиганы, работники творческого труда и участники художественной самодеятельности, если цель их творчества – привлечь к себе внимание, классические выпендрожники, постоянные обитатели лавок в городских и завалинок в сельских дворах, люди, уставшие от одиночества, желающие познакомиться с кем-либо, ощущающие дефицит общения, те, что обращаются за психологической помощью, модницы (если они не провоцируют и не состояются), люди, страдающие манией внимания, советчики (если они не провоцируют), неукротимые охотники делиться своей грошовой мудростью, бабушки-сказительницы, – то есть любые лица, для которых в данный момент распространение информации о себе важнее любой другой информации, а также язык, который стремится к вытеснению всех остальных форм познания, о которых многие люди даже не подозревают. Речевая маска инициатора варьируется в широком диапазоне, но её инвариантными чертами являются стремление заслонить собой солнце, прокричать о себе громче всех, быть заметнее всех, ни с кем не делиться

вниманием, подчеркнуть свою безусловную актуальность и сопутствующие этому действия.

Реагентом в этом случае оказывается любой человек, который попадает в сферу действий инициатора и не успевает, не имеет возможности или желания увернуться от него: продавец, другой пассажир, врач, мастер в сфере услуг, работодатель, судья, член жюри, зритель, болельщик, избиратель и др.

Основным действующим может быть в зависимости от конкретной ситуации как инициатор, так и реагент, поскольку в ходе реализации сценария свои цели может успешно реализовать как один, так и другой участник: если реагент не реагирует или ему удастся перевести данный сценарий в формат совершенно иного сценария, то основным действующим является он. Если же инициатору удастся реализовать свою цель (навязаться), то основным действующим является инициатор.

Отношения между участниками равноправны (реагент всегда имеет свободу действий: реагировать или нет, потакать или препятствовать, а инициатор – продолжать, прекратить или переключиться на другого); либо самонавязывающийся подчинен (он просит внимания, вынужден его добиваться): в этом смысле инициатор больше зависит от реагента, чем реагент от него, он часто выступает в роли просителя, вымаливающего подачку в форме разговора с ним или того, что его просто терпят рядом.

Отношение к наблюдателям у участников сценария заинтересованное: инициатору важно иметь возможность навязаться как можно большому числу людей одновременно (обращение к конкретному лицу для него формально) или в любой момент переключиться на другого реагента; реагенту важно иметь возможность в любой момент уйти в сторону и передать инициатора другому реагенту, а также затратить меньше усилий за счет привлечения наблюдателей в число реагентов.

3.4.2. Сценарий отпугивания

Цель реализации данного сценария – прямо или косвенно вызвать неприятие себя, отторжение, отпугнуть от себя собеседника. Это неприятие может продуцироваться за счет создания или актуализации такого образа инициатора, который вызывает резкое отторжение у собеседника. Образ создается посредством набора характеристик, вызывающих у собеседника негативную реакцию. Он может показывать себя в качестве страшного субъекта, с которым опасно иметь дело (Я кровожадный, я беспощадный, я злой разбойник Бармалей), человека из другого социального круга (Кто ты такой, чтобы я с тобой разговаривал?), человека с другими возможностями, например, большой физической силой или административной мощью, связями (Да я тебя в лепешку раздавлю), неадекватного чело-

века (У меня справка есть), неискреннего человека, преследующего свои тайные цели, опасные по отношению к собеседнику (А я это всё запомню и доложу кому надо), злопамятного человека (Я не злопамятный, а просто злой, и память у меня хорошая). Собственно эффект запугивания может вызываться как существенным завышением, так и существенным занижением своих характеристик по отношению к норме, значительным отклонением в любую сторону (распусканием рук и пусканием слюней). Все эти устремления сводятся к формуле «Убирайтесь прочь! Я опасен», то есть инициатора волнует категория исключенности из пространства собеседника в физическом смысле этого слова, хотя коммуникативное пространство, напротив, заполняется. Он принимает на себя роль ночного кошмара, который пугает ужасом, но тем самым заставляет думать только о нём. Инициатора может интересовать или не интересовать польза для него самого или для собеседника от исключенности, но обязательно важно впечатление, которое он производит.

Такое отпугивание диктует использование или приписывание себе отрицательных в глазах реagenta характеристик и в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника различных средств оптимизации, но наиболее часто – активизации тех или иных страхов реagenta, озвучивания действительных или мнимых проблем, связанных для собеседника с продолжением коммуникации, демонстрация неречевых признаков грядущих проблем, неадекватности реакций, неожиданной смены регистров поведения.

Заполнение коммуникативного пространства своими отрицательными в глазах реagenta характеристиками является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария является тот, кто стремится актуально попасть в центр внимания и оставаться в нем в качестве крайне негативного персонажа, нежелательного собеседника, отталкивающего образа, вызывающего отторжение в коммуникативном пространстве, причем в отличие от инициатора самонавязывания, инициатор отпугивания не обязательно стремится к постоянному укреплению такого восприятия себя; он в большей мере ориентирован на однократное эффективное (эффектное) действие. Свое коммуникативное поведение он направляет на эту цель. Реagenta он воспринимает тоже как нежелательное лицо, избыточный, ненужный компонент коммуникативного пространства, который должен быть вытеснен. В целом действия инициатора подчинены формуле «Бойтесь меня». В нем живет дух Бармалея. Инициаторами здесь могут быть исполнители разных социальных ролей: директора школы, надзиратели по отношению к заключенным, охранники, телохранители, вышибалы, вахтеры, панки и байкеры, злые клоуны, люди, которые стремятся к одиночеству и не заинтересованы в коммуникативных контактах, братки и гопни-

ки, руководители тоталитарных государств, солдаты, профессиональные единоборцы в ходе психической атаки, бытовые отморозки, милиционеры, привидения и подобные им существа как воображаемые участники коммуникации или любые другие лица, стремящиеся существовать в сознании собеседника в качестве пугала, а также язык (см., например, выражение «Это не выразить словами»). Речевая маска инициатора варьируется в широком диапазоне, но её инвариантными чертами являются стремление нагнать ужаса, напустить страха, поселить тревогу и тем самым подчеркнуть свою безусловную актуальность и сопутствующие этому действия.

Реагентом в этом случае оказывается любой человек, который попадает в сферу влияния инициатора: школьник, посетитель кафе, гражданин тоталитарного государства, прохожий, сосед бытового отморозка и т.д.

Основным действующим может быть в зависимости от конкретной ситуации как инициатор, так и реагент, поскольку запускать механизм сценария может и реагент, искренне приписывая собеседнику отторгающие свойства (например, проецируя физические недостатки на характер коммуниканта) или не поддаваясь действиям инициатора и заставляя его модифицировать коммуникативное поведение.

Отношения между участниками неравноправны, потому что инициатор является просителем определенного отношения и в этом смысле занимает подчиненное по отношению к реагенту положение, хотя инициатор считает себя в подавляющем большинстве случаев венцом творения, который доминирует в ситуации. В некоторых случаях возможно лицемерное признание своего подчиненного положения, что соответствует коммуникативной сущности, но не соответствует самомнению инициатора (руководство советского тоталитарного государства называло себя «слугами народа»).

Отношение к наблюдателям у участников сценария различается: для инициатора они нежелательны, излишни, потому что среди них может оказаться тот, кто не поддастся запугиванию и помешает реализации сценария; для реагента они желательны, так как всегда содержат потенциальную возможность дезавуировать или рассеять действия инициатора, могут быть использованы как прикрытие и поддержка.

3.5. Статусные сценарии

В информационном пространстве существуют иерархии, в которых темы способны менять свои места. Отражение этих процессов в коммуникативном пространстве является спецификой данных сценариев.

Общей целевой установкой статусных сценариев является изменение своего места в какой-либо одной или сразу нескольких иерархиях коммуникативного пространства (социальной, эмоциональной, интеллектуаль-

ной, эстетической, этической, имущественной, спортивной, финансовой, административной и т.д.).

Любой человек в составе коммуникативной ситуации до начала реализации сценариев занимает определенное место в иерархическом (принятом для данного социума или группы) отношении и играет определенную роль, то есть на его долю приходится определенная мера социального престижа в широком понимании этого слова (то есть статус, уважение окружающих, почтительное отношение, знаки внимания, степень востребованности и т.д.). Это место воспринимается им безоценочно, как само собой разумеющееся и соответствующее говорящему. Желание изменить качественные характеристики своего места в коммуникативной ситуации, его сопоставление со своими амбициями, потребностями, самооценкой и продуцируемый при этом вывод (то есть довольство или недовольство) запускает эгоцентрические сценарии.

В данном случае основным объектом внимания инициатора сценария является не собеседник, не окружающий мир, не информация и не коммуникативная ситуация, не что-либо еще, а иерархия социальных и личностных ценностей и система предпочтений, а также факторы, регулирующие эти категории (социальные стереотипы, совокупность оценок и ориентиров, эталонов и т.п.). Образно говоря, цель эгоцентрических сценариев сводится к тому, чтобы поставить себе памятник или закопать себя в землю, взобраться вверх по лестнице или спуститься по ней.

Таким образом, общая целевая установка статусных сценариев сводится к перемещению в иерархии данного сегмента коммуникативного пространства. В зависимости от того, как ориентировано (вверх или вниз) это перемещение в реализации общей целевой установки, различаются целевые установки сценариев состязания и подчинения.

3.5.1. Сценарий состязания

Цель реализации данного сценария – одержать победу, доказать или закрепить свое превосходство, повысить свой статус в данной коммуникативной ситуации и/или за её пределами. Эти эффекты могут продуцироваться за счет того, что инициатор прямо или косвенно превращает коммуникативную ситуацию в соревнование по определенному параметру (первенству в каком-либо виде деятельности) и прилагает все усилия к тому, чтобы одержать в нем победу. Это может быть состязание по осведомленности (я лучше знаю), интеллекту (ты не понимаешь), эмоциональности (я чувствую тоньше), эстетическому вкусу (тебе вечно какая-то ерунда нравится), праву принимать решения (я тут хозяин), трудоспособности (дай, я лучше сделаю), физическим качествам (я сильнее), праву обладать какой-либо характеристикой, например, умением делать добро или зло другим.

Все эти устремления сводятся к формуле «Я достоин большего», то есть инициатора волнует категория собственного высокого положения на иерархической лестнице и безусловное признание этого положения собеседником. Он принимает на себя роль прыгуна в высоту, который для победы не жалеет ни здоровья, ни близких, ни родных. При этом его может интересовать или не интересовать реальная польза от возвышения. Главное – максимально высоко поднять свой статус, закрепить его и убедиться в том, что с этим согласен собеседник.

Одержанье победы требует использования речевых и неречевых форм превосходства и, в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника, различных средств оптимизации, но наиболее часто – создания соревновательной ситуации, апелляции к реальному или воображаемому арбитру и наделения себя функциями арбитра, вызывающего коммуникативного поведения, акцентированного несогласия с позицией собеседника, произвольного задания правил и условий соревнования, озвучивания своих предыдущих действительных или вымышленных побед, внедрения в сознание собеседника мнения о важности этого состязания, дестабилизации соперника, попраки основ критичного отношения к себе, замалчивания фактов, противоречащих отстаиваемой точке зрения, сокрытия своих уязвимых мест.

Победа в состязании является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кто стремится повысить свой статус, показать окружающим, что он достоин занимать более высокое социальное положение, и привести неопровержимое подтверждение этого, организовать коммуникативное пространство таким образом, чтобы оно вытолкнуло его на поверхность и удерживало там. Свое коммуникативное поведение он направляет на эту цель. Реагент для него – это ступень для своего возвышения. Инициатор предельно заинтересован в реагенте, но не как в человеке и коммуниканте, а как в функциональной единице сценария, которая позволяет ему так себя реализовать. В целом поведение инициатора подчинено формуле «Я хочу стать выше других». В таком человеке живет дух соперничества или прочно угнездился комплекс неполноценности. Он постоянно стремится доказывать свою значительность и в ситуациях, когда в этом никто не сомневается, когда до этого никому нет дела и когда говорить об этом смешно. Он систематически бросается в глаза как носитель безмерных ценностей, заслуг, достигший выдающихся результатов в каком-либо виде деятельности, причем постоянно стремится доказывать это, что у любого человека уже вызывает подозрения. Он носит на лице маску неудовлетворенности или тупого самодовольства и никакие действительные или мнимые успехи не могут стереть этих масок. Инициаторами здесь могут быть исполнители разных социальных

ролей: вузовские преподаватели, спортсмены, претенденты и исполнители выборной должности (в том числе мужа, любовника или жены), участники любого конкурса (включая конкурс идиотов), председательствующие, люди, которые ячатся, спорщики, игроки, бретеры (если они не занимаются провокацией), экстремальщики, критики, истцы и ответчики, прокуроры и адвокаты в суде, ревностные охранители своего превосходства, участники аукциона, захватчики символов превосходства (портфелей, медалей, корон и т.д.), охотники и рыбаки, Наполеоны и наполеончики, карьеристы (если они не провокаторы), модницы (если они не провоцируют и не самонавзываются), шифровщики. Кроме того, инициатором сценария может быть язык, который самим фактом своего существования вызывает человека на состязание (можешь изучить или нет).

Реагентом в случае с неадекватным инициатором может быть любой человек (хоть пятилетний ребенок), но продвинутыми инициаторами проводится произвольный или непроизвольный отбор, по крайней мере, в отношении осведомленности о той шкале ценностей, в которой они себя самоутверждают. То есть если потенциальный инициатор обнаруживает сходство интересов с потенциальным реагентом, вероятность начала сценария резко повышается, причем, чем больше совпадений, тем вероятность выше. Таким образом, реагентом этого сценария всегда является вольный или невольный конкурент: другой спортсмен, участник аукциона, игрок, спорщик и т.д.

Основным действователем может быть в зависимости от конкретной ситуации как инициатор, так и реагент, поскольку на исход состязания в одинаковой степени значительное влияние оказывает и тот и другой. Известна масса случаев, когда невольный реагент оказывается победителем, например, в русских сказках всегда побеждает Иван-царевич – невольный реагент борьбы с братьями – или когда нежеланием принимать участие в состязании реагент наносит сокрушительный удар по статусу инициатора.

Отношения между участниками изначально равноправны. Но реализация сценария может включать состязание за признание себя инициатором, когда на эту роль претендуют несколько участников, потому что она предполагает характеристику лица как активного, динамичного, самостоятельно мыслящего, принимающего решения, способного бросить вызов, изменить ситуацию, то есть автоматически повышает статус. В этой борьбе превосходство может переходить из рук в руки и диктовать нюансы развития сценария.

Отношение к наблюдателям со стороны инициатора и реагента дифференцировано в зависимости от их включения в иерархию, в рамках которой происходит состязание. Если наблюдатели включены в иерархию, то отношение одинаково заинтересованное. Особое место среди наблюдателей занимают реальные или воображаемые судьи (люди, устанавливающие

правила перемещений в иерархии). Учет или неучет установленных ими правил влияет на характер протекания сценария: если они не учитываются, участники вольны в выборе средств, если же они учитываются, то на участников накладываются ограничения, связанные с предпочтениями таких наблюдателей. Невключенных в иерархию наблюдателей инициатор и реагент могут воспринимать тройко: 1) как аплодирующих сбивая в кровь ладони статистов; 2) как источник эмоциональной подпитки; 3) безразлично. В первом и во втором случае участники не могут без них обходиться. Трагедией, грозящей серьезными деформациями сознания, являются для них ситуации, когда они оказываются в социальном вакууме или когда статус участников никто не подтверждает. В таком случае они замыкаются на себе и ищут у себя подтверждения своей исключительной главенствующей роли.

3.5.2. Сценарий подчинения

Цель реализации данного сценария – подчиниться, подставиться, понизить свой статус в данной коммуникативной ситуации и/или за её пределами в каком-то сегменте сферы жизнедеятельности. Эти эффекты могут создаваться за счет того, что инициатор прямо или косвенно продуцирует восприятие себя в качестве не обладающего собственной волей индивидуума, зависимого, ведомого, подчиненного, безропотного исполнителя, человека, который не способен принимать самостоятельного решения, лишен права на самостоятельные действия, умаляет свои потенциальные возможности и способности, того, кто признает безусловное первенство собеседника, не допускает мысли о том, что может сравниться с ним по каким-либо характеристикам. Инициатор смотрит на собеседника снизу вверх и иная точка зрения для него неприемлема. Эти признаки могут проявляться в интеллектуальной (тебе лучше знать), эмоциональной (ты чувствуешь тоньше), социальной (у тебя больше прав), гендерной (ты настоящий мужик, а я так), физической (ты сильнее) и других сферах. Все эти характеристики выражаются как осмысленные, очевидные, не нуждающиеся в доказательстве и сводятся к формуле «Я хорошо понимаю, как мне до тебя далеко (куда мне до тебя)», то есть инициатора волнует категория собственного низкого положения, предельного умаления себя по отношению к собеседнику или группе лиц. Он принимает на себя роль падающего листа, которому наскучило шелестеть на ветру и хочется спокойно полежать на земле. При этом его может интересовать или не интересовать реальная польза от такого умаления. Главное – максимально низко опустить свой статус, закрепить его и убедиться в том, что с этим согласен собеседник.

Подчинение требует использования различных речевых и неречевых форм самоуничижения и в зависимости от конкретных целей, условий, от-

пущенного времени и характера собеседника различных средств оптимизации, но наиболее часто – контрастного противопоставления своих недостатков достоинствам собеседника, умаления или сокрытия своих достоинств, опережающего признания поражения в любой форме состязаний, обезоруживающей демонстрации своей глупости, некомпетентности, неадекватности, акцентировании предыдущих поражений, стремлении оставаться в тени.

Признание собеседником или окружающими низкого положения инициатора является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кто хочет снизить свой статус в той или иной сфере социально-коммуникативного взаимодействия, показаться неспособным, скрыть свои возможности, преувеличить возможности реагента или приписать ему несуществующие, деформировать шкалу оценок в невыгодном для своего статуса направлении, замаскироваться, спрятаться. Свое коммуникативное поведение он направляет на эту цель. Инициатор считает, что за счет полученного (сниженного) статуса он сможет если не управлять ситуацией, то, по крайней мере, влиять на её протекание, получить выгодные последствия, в частности избавиться от ответственности, спрятаться за авторитетом, получить покровительство, заручиться поддержкой, обезопасить себя. Он гнет спину в уверенности, что его актерские способности будут оценены по достоинству и принесут ему пользу. Он носит маску безобидного, преданного, улыбочивого, безропотного и покорного существа, но если состязание может быть из любви к искусству (ради хотя бы абстрактного зрителя), то подчинения такого рода быть не может, поведение инициатора здесь всегда подчинено выгоде, то есть инициатор этого сценария – прагматик. Реагента он воспринимает как потенциального руководителя, способного взять всю ответственность на себя. Действия инициатора подчинены формуле «Я слабый и беззащитный сырой и убогий дурачок». В нем живет дух раболепного подчинения. Инициаторами здесь могут быть исполнители разных социальных ролей: привратники, лакеи, слуги, официанты, работники сферы услуг, конформисты, приспешники, приживалы, придворная челядь, горничные и всякая другая обслуга, стюардессы, холопы и прихлебатели по характеру жизненных ценностей, рабы, пассивные фаталисты, шестерки. Речевая маска инициатора варьируется в широком диапазоне, но инвариантными чертами являются: стремление максимально умалить свои достоинства, показать себя с худшей стороны, неспособным, бестолковым, занимающим не свое место.

Реагентом в этом случае оказывается любой человек, реально или мнимо наделенный более выигрышными качествами, чем инициатор, или человек, от которого он актуально или потенциально зависит. Вероятность включения в сценарий в качестве реагента повышается в зависимости от

высоты статуса человека, а также от того, может ли он принимать решения в отношении состава иерархии. Типовые социальные роли реагента: клиент в сфере услуг, начальники и руководители разных уровней, авторитеты, боги разного рода, богатые родственники, родители в русских семьях, – то есть старшие в той или иной иерархии.

Основным действующим может быть в зависимости от конкретной ситуации как инициатор, так и реагент, но в первую очередь эта роль закреплена за инициатором. Реагент может стать основным действующим, не принимая сценария (клишированные фразы: «Не строй из себя дурака», «Ты слишком плохого мнения о себе», «Ты слишком хорошо обо мне думаешь» и т.п.) либо исхитряясь доказать, что он еще ниже по статусу.

Отношения между участниками в сущности равноправны, хотя инициатор стремится всеми силами продемонстрировать свое подчиненное положение. Управлять ситуацией участники могут в равной мере.

Отношение к наблюдателям со стороны участников безразличное или отрицательное. Безразличие объясняется тем, что от наблюдателя в этом сценарии исход не зависит. Отрицательное отношение связано с тем, что среди наблюдателей всегда есть представители иных обществ с участниками сценария иерархий, которые могут повлиять на их положение в других иерархиях.

3.6. Креационные сценарии

В информационном пространстве периодически самозарождаются новые темы и деактуализируются существующие. Отражение этих процессов в коммуникативном пространстве является спецификой данных сценариев.

Общей целевой установкой креационных сценариев является потенциально глобальная модификация информационного (и коммуникативного) пространства в результате такого уникального взаимодействия фрагментов и структур информационного пространства, благодаря которому происходит самозарождение принципиально новых тем или комплексов тем, доселе не существовавших, либо такая же потенциально глобальная деактуализация тем и их комплексов в информационном и коммуникативном пространствах, не предполагающая их полного исчезновения. Благодаря этим сценариям обеспечивается открытость информационных и коммуникативных систем.

Любое состояние коммуникативного пространства на макро- и микроуровне характеризуется наличием в нём определенного набора информации. Цель инициатора – увеличить или уменьшить этот набор, либо сохранить его в прежнем объеме (последнее – частный случай создания или уничтожения). До начала реализации креационного сценария коммуника-

тивное пространство функционирует в контексте некоторых представлений о мире, существующих под влиянием ныне отраженного состояния информационного пространства: о том, что в нём есть (в принципе, может быть), о том, чего в нём нет (в принципе, быть не может), и как это всё между собой взаимодействует (может взаимодействовать).

В данном случае основным объектом внимания инициатора сценария является не лицо, не окружающий мир, не что-либо еще, а именно целостность представлений о макро- и микрокосме. Образно говоря, цель креационных сценариев сводится к тому, чтобы создать новую планетную систему или уничтожить (затмить) существующую.

Таким образом, общая целевая установка креационных сценариев сводится к выражению новых или деактуализации существующих сегментов информационного пространства в коммуникативном пространстве. В зависимости от того, какую задачу (выразить или деактуализировать) ставит перед собой инициатор в реализации общей целевой установки, различаются целевые установки сценариев создания и уничтожения.

3.6.1. Сценарий создания

Цель реализации данного сценария – транслировать в коммуникативное пространство процесс зарождения новой темы, которая способна принципиально изменить господствовавший до сего момента характер мировосприятия или, иными словами, добавить какой-то новый стереотип, включить какую-то новую аксиому, по своему характеру существенно отличающиеся от тех, которые до сих пор служили базой видения окружающей действительности. Эта трансляция является процессом внедрения зарождающейся темы в коммуникативное пространство и выражается в том, что инициатор прямо или косвенно указывает коммуникативному пространству на его ущербность, несовершенство без учёта зарождающейся темы и прилагает все усилия к тому, чтобы эту ущербность исправить.

Эта трансляция может иметь самые разнообразные формы: от прямых деклараций до намёков на несостоятельность, от проповеди до последовательной реализации новой темы в личном примере, от личных разговоров до выступлений на площади. Все эти формы сводятся к формуле «Я научу вас новому видению мира», то есть инициатора волнует категория привнесения, надстройки (подстройки) такого элемента картины мира, который устраняет (по крайней мере, мнимо) составляющее основу его убеждений (иллюзорное или действительное) несовершенство. Его может интересовать или не интересовать практическая, материальная польза от такого привнесения, но он не мыслит ни собственного существования, ни существования всех остальных людей в прежней системе ценностей (ориентиров, эталонов и т.д.). Он принимает на себя роль реформатора, для ко-

того все остальные цели, кроме последовательной реализации определенной главенствующей для него идеи, не имеют никакого значения. Главное – сделать так, чтобы его убеждение стало всеобщим достоянием, приобрело характер повсеместного распространения, безусловно, учитывалось умами, настроениями, характером жизни, общим и частным поведением как можно большего количества людей, чтобы их мировоззрение, безусловно, сочеталось с той идеей, которая для него актуальна. Для него недопустима категория поражения, потому что само поражение отождествляется им с духовной, физической или эмоциональной гибелью всего мира. Он оказывается рабом этой темы, отождествляет себя с ней. Признание этой идеи в качестве принципиально важной, иными словами, включение её в число устойчивых стереотипов большинством (в идеале – всеми) является формальным показателем завершения сценария.

Такое признание требует использования различных форм поучения и, в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника, способов его оптимизации за счет любых коммуникативных действий, но наиболее часто – подчёркнутой альтернативности (без вступления в открытую конфронтацию): «Я принёс вам новую истину, новое знание, новую веру»; отрешенности от тех идей и категорий, которые не устраивают его в общепризнанной картине мира (отшельничество, затворничество, бродяжничество); различных типов демонстрации собственной исключительности (сотворение чуда) и своей безусловной правоты (пророчества, предсказания); указания на отсутствие препятствий для принятия своей идеи каждым человеком, универсальность: «Это может понять или постичь любой, при этом нет необходимости принципиально менять образ жизни», – что приводит к противоположному эффекту, подчеркиванию исключительности (он настолько обычен, что таких больше нет).

Закрепление зарождающейся темы выражается в том, что она и связанные с ней темы становятся постоянно и безусловно актуализируемыми всеми возможными представителями языкового коллектива и всеми возможными средствами (от постоянных бытовых упоминаний до икон, рекламы и анекдотов) и обязательно ритуализируются, то есть сопровождаются закрепленным набором этикетных форм (таблица Менделеева висит в любом кабинете химии, крестное знамение используется по поводу и без повода христианами и атеистами).

Внешне может показаться, что данный сценарий может быть отождествлен со сценариями отчета, самонавязывания, состязания или провокации. Однако существуют принципиальные отличия. От сценария отчета он отличается тем, что при отчете эксплицируется уже существующая тема, осуществляется перетекание информации из одной области в другую, а при создании отражается сам процесс зарождения новой темы. От сценария самонавязывания, который состоит в привлечении внимания к соб-

ственной персоне и в повышении определенности существующей темы, сценарий создания отличается тем, что он отражает процесс зарождения темы, а инициатор не ставит перед собой специальной задачи привлечения внимания к собственной персоне. Сценарий состязания предполагает изменение соотношения существующих тем в иерархическом плане, в то время как сценарий создания – зарождение новой темы, которое может привести или не привести к изменению этого соотношения. Наконец, провокация как сценарий определяется актуализацией существующей темы, предполагающей активность, и подталкиванием к действию, а сценарий создания – становлением темы, которая предполагает повышение, снижение активности или её сохранение на прежнем уровне.

Признание новой темы в качестве принципиально важной, иными словами, включение её в число устойчивых стереотипов большинством (в идеале – всеми) является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кого не устраивает существующая, общепринятая картина мира, кто считает, что сам факт её существования в таком виде негативно влияет на человечество, ведёт его по неверному пути, заставляет ориентироваться на ложные истины, внедряет в его сознание фиктивные категории, неверно указывает на тип его координации со Вселенной, неправильно ориентирует людей на специфику межличностных отношений, подчиняет их ложным стереотипам и т.п. Свое коммуникативное поведение он направляет на то, чтобы изменить это положение целостно или в какой-то его части (науке, культуре, идеологии, религии). К реагенту он относится как к неразумному, заблудшему, требующему наставлений существу. Его не интересует статус собеседника и перспектива понимания, наличие у собеседника достаточных знаний для восприятия информации, поэтому он проповедует свою идею и дворнику и президенту. В целом действия инициатора подчинены формуле «Вот вышел сеятель, да сеет». В таком человеке живет дух реформаторства. Он постоянно стремится актуализировать зарождающуюся тему и утверждать свою правоту, даже если это грозит физическим устранением из коммуникативного пространства.

Инициатор может стремиться к публичности и затворничеству, но в любом случае он выступает как носитель каких-то иных ценностей, знаний. Несогласие, противостояние коммуникативного пространства для него является не трагедией, а стимулом для продолжения своей деятельности, поскольку потенциал учительства в нем неисчерпаем. Истинной же трагедией для него могут быть лишь собственные сомнения или появление в информационном и коммуникативном пространстве фактов, явно противоречащих его идее, четко осознаваемая им самим дискредитация зарождающейся темы. Но и в таком случае он не оставляет своих усилий, а ищет объяснение, которое включалось бы в пропагандируемую им идею, пыта-

ется обнаружить ошибку в вычислениях и всегда находит её не в центре, а на периферии (если тучка не сработала, то это неправильные пчёлы). Он носит на лице маску отстраненного от мира самодостаточного человека, пастыря и направителя или блаженного, которую часто считают, благодаря тем стереотипам, с которыми он борется, симптомом сумасшествия. Инициатор предельно заинтересован в реагенте как в слушателе, ученике, последователе, проводнике его идей, трансляторе открытых им истин.

Инициатором здесь может быть любой человек, обладающий способностью прямого подключения к информационному пространству или проявивший эту способность случайно. Эта способность делает его уникальным, что продуцирует у него ещё одно качество: он не признает авторитетов и находится над стереотипами коммуникативного пространства. То, какую социально-коммуникативную роль играет человек в жизни, никак не влияет на вероятность его подключения к сценарию создания в качестве инициатора. Кроме того, инициатором сценария может быть сама картина мира, которая не выдерживает тяжести стереотипов, противоречий и стремится к своему изменению, рекрутируя для этого определенное лицо или группу.

Реагентом здесь является группа лиц, которая может быть локально персонифицированной в любом человеке, по названным характеристикам противоположном инициатору: он не может подключаться к информационному пространству, подчинен господствующим стереотипам и концентрирует в себе то, с чем инициатор борется. Продвинутыми инициаторами проводится произвольный или непроизвольный отбор, по крайней мере, в отношении осведомленности о той шкале ценностей, которую они утверждают, то есть принцип «Рыбак рыбака видит издалека» сохраняется, но не повышает вероятности включения в сценарий, поскольку новая картина мира создается для всех и для каждого. Таким образом, реагентом этого сценария всегда является тот, кто вольно или невольно попал в сферу деятельности инициатора.

Основным действующим может быть в зависимости от конкретной ситуации как инициатор, так и реагент, поскольку на исход создания в одинаковой степени значительное влияние оказывает и тот, и другой. Однако реагент может быть основным действующим лишь на уровне материальных воплощений идеи (ставить преграды её материальной реализации или более четко формулировать идеи в словах), в то время как на уровне ментальных форм возникшая тема не может быть полностью стерта или остановлена в распространении и развитии.

Отношения между участниками изначально неравноправны. Инициатор воспринимает себя как существо, находящееся над всеми или противопоставленное всем по какому-либо признаку, находящееся вне всех остальных независимо от своего социального статуса. В то же время реа-

гент, устойчиво живущий в системе стереотипов, считает себя всезнающим и всемогущим, поэтому изначально воспринимает «другого» как неправильного. В этом смысле отношения между участниками не только неравноправны, но и конфликтны.

Участники сценария не воспринимают фактических или мнимых наблюдателей как таковых. Инициатор рассматривает всю совокупность участников, кроме себя, как реагентов, ему важно посеять зарождающуюся тему не в локальном, а в массовом масштабе. Реагент же рассматривает наблюдателей как носителей тех же стереотипов, которые он сам исповедует.

3.6.2. Сценарий уничтожения

Цель реализации данного сценария – по возможности полностью устранить из коммуникативного пространства какую-либо тему, что должно способствовать принципиальному изменению господствовавшего до этого момента характера мировосприятия или, иными словами, убрать какой-то стереотип, исключить какую-то аксиому, которые по своему характеру служат одной из основ видения окружающей действительности. Это извлечение отражает процесс деактуализации темы в информационном пространстве и выражается в том, что инициатор прямо или косвенно указывает коммуникативному пространству на его ущербность, несовершенство, связанные с наличием этой темы, и прилагает все усилия к тому, чтобы эту ущербность исправить.

Изъятие темы из коммуникативного пространства может иметь самые разнообразные формы: от прямых деклараций до намеков на несостоятельность, от проповеди до последовательной реализации личного примера, от личных разговоров до выступлений на площади. Кроме того, основными формами изъятия являются устойчивое замалчивание и постоянная дискредитация устранимой темы. Все эти формы сводятся к формуле «Я научу вас жить без иллюзий, без груза лишних идей», то есть инициатора волнует категория стирания, устранения такого элемента картины мира, который составляет её иллюзорное или действительное несовершенство и является, с его точки зрения, избыточным. Он принимает на себя роль уборщика, чистильщика, для которого невыносим находящийся вокруг мусор. Его может интересовать или не интересовать практическая, материальная польза от такого стирания, но он не мыслит ни собственного существования, ни существования всех остальных людей в прежней системе ценностей (ориентиров, эталонов и т.д.). Главное – сделать так, чтобы его убеждение было разделено всеми, тема утратила повсеместное распространение и никогда не учитывалось умами, настроениями, характером жизни, общим и частным поведением как можно большего количества людей, чтобы их мировоззрение безусловно не сочеталось с деактуализируемой темой.

Для него недопустима категория поражения, потому что само поражение отождествляется им с духовной, физической или эмоциональной гибелью всего мира. Он оказывается враждебно настроенным рабом стираемой темы, противопоставляет себя ей. При этом важно не наделить тему негативными характеристиками, оставляя в числе актуальных, а лишить её какого-либо присутствия в коммуникативном пространстве.

Такое стирание требует использования различных форм дискредитации и игнорирования и в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника способов его оптимизации за счет любых коммуникативных действий, но наиболее часто – навешивания ярлыков; личного примера; замещения темы чем-то другим; вытеснения имён темы или её компонентов перифрастическими номинациями; уничтожения текстов и других знаков, указывающих на существование темы, и создания канонических текстов без неё; охаивания и высмеивания тех, кто продолжает признавать тему; деформаций иерархии, в которую входит тема таким образом, чтобы она была вытолкнута самой иерархией; нагнетания других тем в качестве актуальных; устранения условий, необходимых для существования темы; свёртывания коммуникативных ситуаций, в которых она отмечалась, и выставления барьеров для актуализации темы в других ситуациях.

Признание этой темы пустой, бессодержательной, лишенной всякого смысла, иными словами, составление системы мировосприятия без неё, полное забывание большинством (в идеале – всеми), отсутствие упоминаний является формальным показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кого не устраивает существующая, общепринятая картина мира в силу того, что в ней существуют избыточные единицы, неверно ориентирующие человека в мире, межличностных отношениях. Свое коммуникативное поведение он направляет на то, чтобы устранить эти избыточные единицы в картине мира целиком или в какой-то её части. В отличие от инициатора сценария создания, он концентрируется не на причинах, внутренних закономерностях, приводящих к несовершенству мира, а на конкретных фактах, которые считает избыточными, мешающими. Реагентов он воспринимает как неадекватных, больных, нуждающихся в срочном лечении. Его не интересует статус собеседника и перспектива понимания, наличие у собеседника достаточных знаний для восприятия информации, поэтому он подавляет эту тему в сознании и царя, и холопа. В целом действия инициатора подчинены формуле «Лес рубят – щепки летят», поэтому его в большинстве случаев не интересуют негативные последствия устранения для других объектов мира. В таком человеке может жить как дух реформаторства, так и дух архаизаторства. Он постоянно стремится деактуализировать лишнюю тему и

утверждать свою правоту, даже если это грозит ему физическим устранением из коммуникативного пространства.

Инициатор может быть публичным или непубличным человеком, но в любом случае он выступает как осознавший избыточность чего-то. Именно поэтому он выходит на бой не со всей картиной мира, а с конкретным её объектом. Несогласие, противостояние коммуникативного пространства для него является стимулом для усиления интенсивности своей деятельности и убежденности в своей правоте, поскольку вера в собственную непогрешимость в нем неисчерпаема. Корректировать его поведение (вплоть до оставления своих усилий) могут лишь собственные сомнения или появление фактов, явно противоречащих его установкам относительно стираемого объекта. Он носит на лице маску вовлеченного в проблемы мира, воинствующего умника, всё понявшего, всё просчитавшего и видящего перед собой конкретную достижимую цель своих устремлений. Инициатор предельно заинтересован в реагенте как в побуждаемом к действию ученике, подручном, а попутно – как в проводнике его идей, трансляторе открытых им истин.

Инициатором здесь может быть любой человек, который в силу каких-либо действительных или мнимых обстоятельств признал какой-либо объект картины мира излишним, ненужным или вредным. При этом он не считает себя уникальным, но считает своих известных и неизвестных ему единомышленников непоследовательными, нерешительными. Авторитеты и коммуникативные стереотипы отбираются им и существуют только как подручные. Социально-коммуникативная роль, которую играет человек, значимо не влияет на вероятность его включения в сценарий в качестве инициатора. Кроме того, инициатором сценария может быть сама картина мира, которая не выдерживает тяжести стереотипов, противоречий и стремится к своему изменению, привлекая для этого определенное лицо или группу.

Реагентом здесь является группа лиц, которая может быть локально персонифицирована в любом человеке, произвольный или непроизвольный отбор не производится. Реагентом этого сценария всегда становится тот, кто вольно или невольно попал в сферу деятельности инициатора. Сопротивление или содействие, которые реагенты оказывают инициатору, связаны не с тем, каким образом они оказались в сценарии, а с прочностью и составом их картины мира.

Основным действующим может быть в зависимости от конкретной ситуации как инициатор, так и реагент, поскольку на исход уничтожения в одинаковой степени значительное влияние оказывает и тот, и другой. Отношения между участниками изначально неравноправны. Инициатор воспринимает себя как более информированное, более нормальное, обладающее высокими прогностическими способностями существо, наделенное

лучшим пониманием происходящего, видением конкретных причин несовершенства мира. В то же время реагент, устойчиво живущий в системе стереотипов, изначально не задумывается над нужностью или ненужностью чего-либо, поэтому может воспринимать инициатора по-разному или вообще не воспринимать. В любом случае реагент оказывается рекрутируемым.

Участники сценария не воспринимают фактических или мнимых наблюдателей как таковых. Инициатор рассматривает всю совокупность участников, кроме себя, как реагентов, ему важно стереть тему не в локальном, а в массовом масштабе. Реагент же рассматривает наблюдателей как носителей тех же стереотипов, которые он сам исповедует.

3.7. Исследовательские сценарии

Координация тем в информационном пространстве предполагает определенный уровень флуктуаций. В случаях, когда этот уровень превышает допустимый или близится к нулю, возникает необходимость в том, чтобы вернуть его в обычные пределы. Отражение этих процессов в коммуникативном пространстве является спецификой данных сценариев.

Общей целевой установкой исследовательских сценариев является проверка свойств коммуникативных и речевых единиц в коммуникативном пространстве, за счёт их деформации или трансформации, апробирование их непрямых (не закрепленных за привычным и наиболее частотным способом их использования) употреблений.

Любая коммуникативная единица в составе коммуникативного пространства до начала реализации исследовательских сценариев обладает набором формальных и функциональных характеристик, устойчиво с ней ассоциирующихся, входящих в инвариант её восприятия, демонстрирующих принятую коллективом норму её употребления и тем самым обеспечивающих равновесие в отношении «содержание-форма». Стремление изменить качественные характеристики коммуникативных единиц, их сопоставление с другими и продуцируемый при этом эффект запускает исследовательские сценарии.

В данном случае основным объектом внимания инициатора сценария является не собеседник, не окружающий мир, не информация и не коммуникативная ситуация, не что-либо еще, а свойства коммуникативных и речевых единиц, а также факторы, продуцирующие эти свойства (контекст, тональность, вариативность, изменение функции, многозначность и др.). Образно говоря, цель исследовательских сценариев сводится к тому, чтобы использовать газонокосилку в качестве средства передвижения, склеить лесовичка из шишек и желудей.

Таким образом, общая целевая установка исследовательских сценариев сводится к встраиванию коммуникативной единицы в искусственные

(принципиально новые или имевшиеся ранее, но не свойственные этой единице) отношения, в которых коммуникативная единица обнажает некие внутренние характеристики, перелицовывается. В зависимости от того, в какие отношения (новые или имевшиеся) инициатор помещает коммуникативную единицу в реализации общей целевой установки, различаются целевые установки сценариев эксперимента и мимикрии.

3.7.1. Сценарий эксперимента (игры)

Цель реализации данного сценария – проверить на прочность коммуникативные и речевые формы, обратить форму в объект исследования, выявить её функциональные внутренние характеристики, диапазон использования, установить характер её применения, границу потенциальных возможностей, допустимые формы трансформации, степень устойчивости, способность передавать или скрывать потребную информацию, характер и силу воздействия на говорящего и т.д. Экспериментальный характер использования коммуникативных единиц может продуцироваться за счет того, что инициатор прямо или косвенно ставит их в необычный контекст, заменяет одни единицы другими, увеличивает или уменьшает частотность их употребления, произвольно меняет их характеристики, компоует их между собой непривычным образом, пытается обойтись без их употребления. Сценарий эксперимента может использоваться как для продуцирования речи, так и для контроля над ней. Эти действия могут производиться в сфере шутки (Смешно получается!), языковой игры (Давай поиграем в слова), аналитических размышлений о языке (Необходимо выявить структуру предложения), оценки речи (Не употребляй при мне это слово), редактирования (Так правильнее), выбора коммуникативной формы (Как будет лучше?), шифровки (Так не поймут) и дешифровки (А если так? Поймем?), языкового творчества (Для этого нет слов, можно назвать так), создания художественного текста (Напишу-ка я песню). При реализации сценария инициатор перемещается в метаязыковую сферу.

Все эти устремления сводятся к формуле «Надо все переиначить», то есть инициатора волнует категория трансформации характеристик коммуникативной и речевой единицы. Он принимает на себя роль Шалтая-Балтая, который считает себя хозяином слов. При этом его может интересовать или не интересовать качество полученных результатов. Главное – произвести эксперимент, попытаться выявить или разрушить стереотип использования коммуникативной или речевой единицы.

Экспериментирование диктует использование различных форм волевого вмешательства в природу коммуникативной единицы и в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника способов его оптимизации, но наиболее часто – обеспечения себе до-

ступа к коммуникативным формам, концентрации на них, актуализации вариативности языкового поведения, деактуализации или отказа от принятых коммуникативных норм, отрицания их роли как единственного фактора, определяющего речевое поведение, акцентировании игрового начала, противопоставления творческих действий клишированным, разрушения коммуникативных стереотипов, отслеживания результатов и их фиксирования, отодвигания на второй план семантики и прикладных аспектов коммуникации, суммирования и контаминации речевых форм, абсолютизации критерия креативности.

Вывод об устойчивости или неустойчивости коммуникативных (речевых) форм, возможности или невозможности существования в измененном виде, пределов деформации единицы для сохранения её целостности является показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является человек, который испытывает потребность нарушить автоматизм использования речевых форм и применить их не в коммуникативной, а преимущественно в гносеологической, эстетической, метаязыковой и т.п. функции. Автоматизм использования речевых форм может нарушаться в рамках любого сценария, но здесь это нарушение является объектом языковой рефлексии, производится сознательно и имеет специфическую целевую установку: так или иначе, ответить на вопрос, каким образом эти формы устроены, как они функционируют, какими возможностями обладают, то есть выявить любую связанную с ними информацию. В идеале такое использование речевых форм не имеет прагматической направленности, хотя в дальнейшем она может появиться. Инициатор стремится выйти за пределы сферы использования языка и войти в сферу самого языка, чтобы преодолеть его диктат, вмешаться в его структуру, но при реализации этого желания он оказывается под еще большим диктатом языка, что вызывает еще большее желание изменить язык. Так возникает замкнутый круг, и свое дальнейшее существование инициатор продолжает уже не столько в реальной действительности, сколько в действительности языка.

Инициатор этого сценария может быть вольным и невольным: стремление вмешаться в язык может возникнуть в связи с неудовлетворенностью теми средствами, которые язык предоставляет в распоряжение человека, интерпретациями языковых явлений, практикой использования языка, типами языковой самореализации, окружающим языковым контекстом, набором средств, которые человек привык или не привык использовать, а также в силу внешней провокации, в том числе со стороны языка (например, чтобы соблюсти орфографию, человек вынужден препарировать слово). Язык воспринимается инициатором в первую очередь не как инструмент, а как игрушка, модель.

Инициаторами сценария эксперимента могут быть исполнители различных социально-коммуникативных ролей: поэты, писатели, ученые, ищущие термин для выражения понятия («самостоятельность», «информация», «творчество»), филологи (в том числе нормальные литературоведы, пытающиеся «постричь» произведение искусства или осознать сущность словесного творчества, авторскую идею), языкотворцы, создатели искусственных языков, школьники и студенты, выполняющие упражнения и творческие работы по родному и иностранному языку, переводчики, шутники и юмористы, создающие уродливых вербальных монстров на потеху публике, создатели шифров и дешифровщики, родители, выбирающие имя своему ребенку, любители домашних животных, подбирающие кличку собаке, кошке и т.д., пользователи Интернета, создающие ники, адреса и пароли электронного ящика, отправитель СМС, участники лингвистической игры, составители кроссвордов, шарад, словарей, спичрайтеры, литературные редакторы и негры, сценаристы и режиссеры, а также все люди, которые сталкиваются с выбором речевых форм или противоречиями в правилах их использования.

Человек в качестве реагента (в реальности он может быть только наблюдателем или составной частью эксперимента) может инициатора интересовать или не интересовать. Заинтересованность в таком человеке возникает тогда, когда он становится одним из условий или индикатором успешности эксперимента. В целом действия инициатора подчинены формуле «А что если...». В нем живет дух ребенка, желающего распотрошить куклу, чтобы посмотреть, что из этого получится. Речевая маска инициатора варьируется в широком диапазоне (от полной отстраненности до гипертрофированной вовлеченности), но инвариантной чертой является выраженное в различной степени отклонение от нормы.

Реагентом в случаях коммуникации с перечисленными выше социально-коммуникативными типами инициаторов принято считать человека, который воспринимает результат языкового эксперимента, однако все безуспешные попытки объяснения лингвостилистических особенностей текста в терминах прагмалингвистики и логика настоящего описания говорят о том, что такой подход не соответствует действительности. Следует признать, что единственным сущностным реагентом сценария эксперимента является язык. Человек возникает в качестве реагента тогда, когда результат, полученный инициатором в рамках данного сценария (деструктурированные слова, переинтерпретированные тексты, трансформированные устойчивые выражения и т.п.), начинает использоваться им в других сценариях.

Основным действующим сценария может быть и инициатор и реагент, но в большинстве случаев им оказывается язык, поскольку от его структуры зависит ход протекания сценария (см., например, вывод

Ф. И. Тютчева о результатах языкового экспериментирования «мысль изреченная есть ложь»).

Отношения между участниками неравноправны, причем инициатор-человек оказывается практически всегда под властью языка-реагента. Сам факт попытки инициатора подчинить себе язык – это результат осознания инициатором главенства языка. Кроме того, подтверждением главенства языка оказывается и то, что сам язык, используемый как инструментарий взаимодействия, старше инициатора и гораздо больше по объему.

Отношение инициатора и реагента к наблюдателям различное. Инициатора наблюдатель интересует исключительно как часть экспериментального инструментария. Отношение же реагента к наблюдателям безразличное. Успешность или неуспешность эксперимента никак не затрагивает сам язык, поскольку он существовал и существует на основе собственных законов, неподвластных человеку.

3.7.2. Сценарий мимикрии

Цель реализации данного сценария – проверить коммуникативные формы на проницаемость, скрыть настоящую целевую установку, ради которой реализуется коммуникативный контакт, обратить форму в инструмент достижения тайной цели, спрятанной за внешне несоответствующими ей коммуникативными единицами. Такой характер использования коммуникативных единиц может продуцироваться за счет того, что инициатор переводит свои истинные желания в подтекст, делает их неочевидными, прячет, никак внешне не проявляет, маскирует, использует одни коммуникативные единицы вместо других, надевает на себя маску, не соответствующую действительной задаче, декларирует не те установки, которые преследует на самом деле, заменяет действительность мнимостью. Например, допрос можно реализовать в форме провокации (подтолкнуть собеседника к тому, что он сам выложит всю информацию), миротворчество можно реализовать в форме отчета (рассказывать о чем-либо постороннем, пока все не успокоится), отпугивание – в форме самонавязывания (перегрузить собеседника информацией, которая оттолкнет его) и т.д. Эти действия инициатор может пытаться производить практически в любой сфере. В частности – в сфере бытовой или государственной дезинформации (Я в этом ничего не понимаю, поэтому буду задавать умные вопросы. Я ничего не могу, поэтому буду много говорить), терапии (Расскажите мне и сами все поймете), в создании мифов и стереотипов (Думайте, что это правда), в рекламе (Это не реклама), в квазинауке (Это настоящая наука), СМИ (Мы настоящие свободные СМИ, нам никто не диктует, мы никого не обманываем, ничего не говорим за деньги), аферизма (Это подарок, доставку которого нужно оплатить. Вложи рубль – получишь десять).

Все эти устремления сводятся к формуле «Я могу всех обмануть», то есть инициатора волнует категория использования коммуникативных форм, подлинная целевая установка которых известна только ему. Он принимает на себя роль питона, прикидывающегося веточкой, чтобы поймать кролика. При этом его может интересовать или не интересовать реальная польза от такого поведения. Главное – спрятать его истинную цель, создать иллюзию того, что коммуникативные единицы используются по прямому назначению.

Такая подмена требует использования различных форм маскировки, камуфляжа, прикрытия и в зависимости от конкретных целей, условий, отпущенного времени и характера собеседника, способов их оптимизации, но наиболее часто – смены одной нормы на другую, дезинформации, ролевой игры, актерских навыков, манипуляции коммуникативными стереотипами, быстрого переключения, мгновенной реакции, способности быть иным, знания всего многообразия форм и их функций, усыпления и переключения внимания собеседника.

Принятие собеседником маскировочных коммуникативных единиц инициатора за чистую монету, успешная реализация обмана является показателем завершения сценария.

Инициатором реализации сценария всегда является тот, кто испытывает потребность скрыть свои истинные коммуникативные намерения и направляет свои усилия на достижение этой цели под влиянием внешних условий, осознав, что никакой прямой путь не подойдет. Следует подчеркнуть, что инициатор сценария мимикрии – вовсе необязательно мерзостный подлец или отвратительный негодяй, который стремится скрыть свои коварные цели, а мимикрия в данном случае – неоценочная категория. Дело не в этическом статусе, а в факте осознания инициатором того, что стереотипный путь речевого поведения в данной коммуникативной ситуации неприемлем. Это осознание может возникнуть как заранее, так и в рамках ситуации, но в обоих случаях он использует речевую маску и от успешности её использования зависит результативность речи. Инициатор не стремится, даже если он всем своим видом это демонстрирует, переделать мир кувалдой, разрешить противоречия лобовым ударом и не лезет на рожон, обращаясь к языковому сознанию, он подстраивается, адаптирует свое коммуникативное поведение к ситуации. Когда добряк пытается казаться злым, а злодей – добряком, когда волк надевает овечью шкуру, а овца примеривает волчью пасть можно говорить и о реализации сценария мимикрии. При этом язык как и другие средства коммуникации используется инициатором в качестве реквизита и с исключительно орудийной функцией (смех, плач, усталый вздох и храп не отражают состояния человека, но создают необходимые ему эффекты за счет коммуникативных стереотипов). Можно сказать, что инициатор заменяет одни стереотипы другими.

Это человек, который прячет свое настоящее лицо под маской и никогда не раскрывает естественной для него манеры поведения.

Инициаторами данного сценария могут быть исполнители, безусловно, всех существующих реально и потенциально социально-коммуникативных ролей, которые способны менять маски (как в силу своей роли, так и независимо от неё) или пытаются это делать.

Реагентом в этом случае оказывается всякий человек, который попадает в сферу интересов инициатора, от особенностей восприятия которого зависит решение его проблем. Вероятность попадания в число реагентов этого сценария прямо зависит от степени социального влияния, авторитетности в рамках той группы, с которой непосредственно взаимодействует реагент и частью которой является инициатор. В связи с этим представители власти оказываются под сильным влиянием мимикрии, причем, чем больше власти, тем больше её вокруг, что приводит к деформации видения мира и потере адекватности в действиях и оценках, они перестают видеть истинные лица, истинные причины, истинные намерения.

Основным действующим может быть в зависимости от конкретной ситуации как инициатор, так и реагент, поскольку решать свои задачи может не только человек, который мимикрирует, но и человек, потакающий мимикрии, тот, кто обманываться рад (зритель, самолюбивый начальник).

Отношения между участниками всегда неравноправны, поскольку роль ведущего, как правило, остается за инициатором, причем это доминирование инициатора является свойством подменного мира, компенсирующего подчиненность в реальности, попыткой руководить руководителем. Инициатору принадлежит право активности, в отличие от прав наблюдения, оценки, ответной реакции, которые обычно остаются за реагентом.

Отношение инициатора и реагента к наблюдателям может быть различным. Инициатору может быть важно, чтобы наблюдатели не заметили использования сценария или наоборот, чтобы они увидели, оценили мастерство лицедейства. В некоторых ситуациях наблюдатели втягиваются в массовую мимикрию (маскарад, карнавал, хеппенинг, реалити-шоу). Реагент, не осведомленный о своем участии в сценарии, безразличен к присутствию наблюдателей. Осведомленный реагент может быть заинтересован или не заинтересован в наблюдателях в зависимости от своих целей.

4. ТРЕНИРОВОЧНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ

Упражнение 1. Прочитайте следующие произведения.

1. А. Башлачев «Палата № 6».
2. В. Пелевин «Мост, который я хотел перейти».
3. М. Веллер «Зануда».
4. И. Бунин «Смарагд».
5. В. Короленко «Огоньки».
6. А. П. Чехов «Лошадиная фамилия».
7. М. Волошин «В вагоне».
8. С. Черный «Сказка о лысом пророке Елисее, о его медведице и детях».
9. В. Брюсов «Я не видал таинственных лесов...».
10. Г. Иванов «Над розовым морем вставала луна...».

С какой точки зрения можно интерпретировать сами тексты и изображаемую в них реальность? Какие сценарии информационно-коммуникативных событий отражены в их форме и содержании? Какие признаки на это указывают?

Перечислите все возможные интерпретации и подтвердите присутствие каждого сценария выявлением его целевой установки.

Упражнение 2. Прочитайте отрывок из интервью с В. И. Новодворской (Эхо Москвы. «Особое мнение». 23 Ноября 2007. Электронный ресурс: <http://echo.msk.ru/programs/personalno>).

А. ВОРОБЬЁВ: Я приветствую всех, кто в эти минуты смотрит радиокomпанию RTVI и слушает «Эхо Москвы». Это «Особое мнение». Я Алексей Воробьев и Валерия Новодворская отвечает сегодня на ваши вопросы. Здравствуйте, Валерия Ильинична.

В. НОВОДВОРСКАЯ: Здравствуйте, Алексей. Хорошо, что вы не сказали «добрый вечер», это указывает на вашу политическую пронципальность.

А. ВОРОБЬЁВ: Это доказывает то, что я думаю о телезрителях, которые нас смотрят в Австралии и США. Там отнюдь не вечер.

В. НОВОДВОРСКАЯ: Да. Там у них утро. И его тоже добрым назвать нельзя.

А. ВОРОБЬЁВ: Вы пойдете голосовать?

В. НОВОДВОРСКАЯ: Да, естественно, пойду. Не ходить голосовать – это может и неангажированный, абсолютно аполитичный обыватель. Нельзя выражать политический протест таким образом. Никто не будет выводить статистику. Здесь, на диване, лежат обыватели, которым на все начхать, а здесь, на креслах, сидят политические протестанты, которые не согласны с режимом. Не будет этой статистики. И все в одинаковой форме

и в одинаковой степени окажутся на этих кушетках и диванах в положении обывателей, которым на все начхать.

А. ВОРОБЬЁВ: Считаете ли вы правильным голосовать за те политические силы, которые едва ли проходят в Парламент?

В. НОВОДВОРСКАЯ: Да, я уже встретила с мнением, чуть с табуретки не упала, что надо голосовать за коммунистов, чтобы не пропал голос, чтобы это не досталось «Единой России». Ну да, это все равно, что стрелять в Ларису из Островского и говорить «не доставайся же ты никому» или действовать по формуле «пойду, вырву у себя глаз, пусть у моей тещи будет зять кривой». То есть, проголосую за Октябрьскую социалистическую революцию, за 130 млн жертв, чтобы огорчить Путина. И что будет в результате этого «огорчения»? В результате этого «огорчения» будет то, что Путин увидит, что в стране левый вектор еще вырос и левый крен станет существенней. А надо голосовать не за врагов, а за друзей. На этих выборах есть только две партии, за которые можно голосовать. Не придуманные властью, не искусственные, аутентичные и не людоедские. Две европейские партии. Одна – левая европейская партия, социал-демократическая, а вторая право-либеральная. СПС и «Яблоко». Я, естественно, буду голосовать за СПС. Но тем, кто собирается голосовать за «Справедливую Россию» и за коммунистов, тем, кто хочет социал-демократических «радостей», им надо голосовать за «Яблоко», потому, что социал-демократические «радости» они могут получить только оттуда. А «Справедливая Россия» и коммунисты – от них можно получить только пулю, больше ничего.

Какие сценарии реализуют участники? В чем выражены их установки? В чем проявляется конфликт сценариев? Попробуйте спрогнозировать дальнейший ход разговора и характер ответов В. И. Новодворской. Проверьте свой прогноз, прочитав полный текст интервью.

Упражнение 3. Прочитайте текст выступления Ю. Шевчука на концерте 7 марта 2011 г.

До чего докатился русский рок? Эти наши коллеги, которые приветствуют на Красной Площади ментовскую власть. Жизнь продолжается, богатые богатеют. Нищие нищают. Коррупция тотальная, воруют все. Система выстроила у нас сейчас в стране жестокую, жесткую очень бесчеловечную власть. Народ мучается не только в тюрьмах и лагерях, но и в детских домах, больницах. Сколько сейчас беды, ребята! Ну, вот допустим Ходорковский со своим другом. Сколько можно парить? Все долги уже отдали. Сколько можно их закатывать в бетон этот зоновский? С другой стороны, посмотрите, сколько сволочей у власти кормятся в погонах и с мигалками в башке. Грабят нас. Сбивают нас на дорогах, расстреливают в магазинах, и никто за это по большому счету не поплатился. Я обращаюсь

к вам от всего сердца, друзья мои. Я не политик, но хочу сказать вам, что все дело за вами. Какие песни вы будете петь, такой и будет страна. Дело в ваших руках, ребята.

Определите, какой сценарий реализует Ю. Шевчук. Сконструируйте аналогичное выступление в рамках этого сценария. Произнесите подобную речь перед слушателями и оцените произведенный эффект.

Упражнение 4. Прочитайте стихотворение Д. Быкова из проекта «Гражданин поэт».

За пару часов до рассвета, собравши зверей толпу, / На лысой горе Совета разлегся великий Пуу. / Удавьего племени воин, надежным места раздав, / Он сам, как удав, спокоен и тащится, как удав. // Расселись, издали видные, на травке, как на полу, / Эмблемы «Единой Индии» – отряд медведей Балу. / Охвачены нервной дрожью, шакалы грозят щенкам, / А рядом жметя к подножью смущенный Алишер-хан. // – Слышите ли вы меня, мои джунгли? / – Мы слышим тебя, о Пуу! / – Нравлюсь ли я вам, подхожу ли? / – Мы любим тебя, о Пуу! / Когда из норы, освещен мигалкой, вылазишь ты на тропу, / От страха и нежности самой жалкой мы вертимся на пупу! // – Мне будет чем отчитаться, – вальяжно шипит удав. / – Я толще стал на пятнадцать, короче на двадцать став. / Я выгляжу ничего так-с, а издали так красив, / Как будто закачан ботокс в огромный презерватив. // – Слышите ли вы, о мои собаки? / – Мы слышим тебя, о Пуу! / – Мои Канделаки, мои Табаки? / – Мы любим тебя, о Пуу! / Мы будем лаять почти что даром на всякую шантрапу, / Если даже одним ударом ты нас растолчешь в крупу! // – Но есть еще бандерлоги, – в ответ прошипел удав. / – Ведут свои бандер-блоги, законы джунглей предав. / Они не блюдут закона, не думают головой, / И я для них не икона, а лишь червяк дождевой! // – Видите ли вы меня, бандерлоги? / – Мы видим тебя, о Пуу! / – Дрожат ли ваши руки и ноги? / – Совсем не дрожат, о Пуу! / Мы все имеем доступ к компу, и лучше нас не запу... / Забейся в щель, подобно клопу. Как Ленин, сиди в шкапу. // – Ах, так! – в ночи обретая глянец, воскликнул гневный удав / И начал свой кровожадный танец, на кончик хвоста привстав. / Он так плясал, что звери в тревоге к нему потянулись в пасть, / И только нахальные бандерлоги на все продолжали класть. // – Да ну! – удав возбудился живо, зайдя в крутой разворот. / – Вы все плоды моего режима, продукты моих болот! – / Но вдруг отпрянул, как будто на угли сорвался на вираже: / Он четко увидел, что это Маугли, а не бандерлог уже. // А дети лесов, большие и малые, смотрели все веселей, / Как вылезают новые Маугли – буквально из всех щелей, / Как собираются в полумраке к подножью горной гряды, / А все Табаки и все собаки вливаются в их ряды. // – Да мы устроим честные выборы! – воскликнул медведь Балу. / – Да вы диктатуры еще не видели, вы будете на колу! / Удав, расправься с ними,

убогими! – Но в джунглях один закон: / Удав умеет лишь с бандерлогами. С людьми не умеет он.

Какие сценарии информационно-коммуникативных событий отражены в этом стихотворении? Какие коммуникативные целеустановки реализуют персонажи? В рамках каких тактик они действуют?

Упражнение 5. Прочитайте выдержки из собрания утверждений, известного как «Закон Мерфи».

Третий закон Чизхолма: «Любые предложения люди понимают иначе, чем тот, кто их вносит». Следствия: «1. Даже если ваше объяснение настолько ясно, что исключает всякое ложное толкование, все равно найдется человек, который поймет вас неправильно. 2. Если вы уверены, что ваш поступок встретит всеобщее одобрение, кому-то он обязательно не понравится».

Третий постулат Трутмена по программированию: «Если назначается специальный человек для контроля за чистотой исходной информации, то найдется изобретательный идиот, который придумает способ, чтобы неправильная информация прошла через этот контроль».

Закон научных исследований Мерфи: «В защиту своей теории всегда можно провести достаточное количество исследований». Закон Майерса: «Если факты не подтверждают теорию, от них надо избавиться». Следствия: «1. Теория тем лучше, чем она многословнее. 2. Эксперимент можно считать удавшимся, если нужно отбросить не более 50 % сделанных измерений, чтобы достичь соответствия с теорией».

Теория Эдингтона: «Число гипотез, объясняющих данное явление, обратно пропорционально объему знаний о нем».

Четвертый закон проверки: «Как бы кропотливо и тщательно вы ни готовили выборку, вам всегда могут сказать, что она неправильна и неприменима к данной проблеме».

Правило точности: «Работая над решением задачи, всегда полезно знать ответ».

Закон Янга: «Все великие открытия делаются по ошибке».

Закон Купера: «Если вам непонятно какое-то слово в техническом тексте, не обращайтесь на него внимания. Текст полностью сохраняет смысл и без него».

Шестой закон Паркинсона: «Прогресс науки обратно пропорционален числу выходящих журналов».

Закон Эванса и Бьерна: «Какая бы неприятность не случилась, всегда найдется тот, кто знал, что так оно и будет».

Неправильное цитирование закона Х. Л. Менкина Гроссманом: «Сложные проблемы всегда имеют простые, легкие для понимания неправильные решения».

Правило Фергюссона: «Ситуация становится необратимой, когда уже нельзя сказать: "Давайте все забудем!"».

Законы журналистики Фуллера: «Чем дальше от вас произошло бедствие или несчастный случай, тем больше требуется погибших и раненых, чтобы получился газетный репортаж». Законы правдивости в репортаже: «1. Чем ближе вам факты, описываемые в печати, тем очевиднее ошибки в подаче этого материала. 2. Чем дальше вы от этих фактов, тем более склонны верить сообщению».

Закон письма: «Стоит запечатать письмо, как в голову приходят свежие мысли».

Закон публикаций Джоунса: «При печатании книги в нее всегда вкрадывается несколько ошибок, которые никто не заметит». Следствие Блоха: «Открыв сигнальный экземпляр на произвольной странице, автор тут же наткнется на самую грубую ошибку». Дополнение Шулаева: «Самые грубые ошибки набраны самым крупным кеглем».

С какими коммуникативными стереотипами «Законы Мерфи» связаны? Приведите примеры из своей коммуникативной практики, которые подтверждают данные стереотипы. Сформулируйте собственные следствия и дополнения, а также попытайтесь сформулировать собственный общий закон коммуникации. В реализации каких сценариев эти утверждения могут быть учтены? Объясните смысл утверждений, используя различные коммуникативные тактики. Продемонстрируйте возможные реакции на эти утверждения с использованием различных приемов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Взаимодействие человека с окружающим миром во всем многообразии его проявлений – это координация с порождаемой, продуцируемой и транслируемой этим миром информацией. В этом смысле человек похож на щепку в водовороте разнонаправленных потоков речей и сообщений, которую бросает из стороны в сторону и уносит в неизвестном направлении к неведомому финалу.

Информация проявляется через коммуникацию, а сам характер различных типов координации определяется множеством факторов. Один из ведущих среди них – способность человека адекватно воспринимать окружающие его коммуникативные формы, тем или иным способом реагировать и откликаться на них. При этом в сфере восприятия находятся не традиционно называемые языковые и речевые единицы (фонемы – звуки, морфемы, слова, предложения – высказывания и другие), а коммуникативные единицы. Без этой способности человек обречен на совокупность меляющихся друг друга коммуникативных неудач.

Чтобы этого не произошло, необходимо иметь четкое представление о том, как строится коммуникативная деятельность, которую можно воспринимать как процесс взаимодействия двух или более информационных систем. Обе системы, как правило, одновременно передают и получают информацию, обмениваются ей между собой. Они напоминают различные воздушные или водные потоки, в определенных точках сталкивающиеся и смешивающиеся. Точки смешивания – это и есть коммуникативные ситуации.

Но эти столкновения только при поверхностном взгляде хаотичны, как молниеносные ссоры, немотивированные проявления симпатии или агрессии. На самом деле, две информационные системы четко координируются между собой, подчиняясь единым коммуникативным механизмам, законам самоорганизации информационного и коммуникативного пространств.

Сама коммуникативная деятельность в личностном смысле предполагает верное или неверное опознание единиц, определение их качества, распознавание механизмов и способность на них реагировать. Каждая из этих единиц проявляется в наборах типологизированных вариантов со своими характеристиками. В реальной ситуации все эти единицы находятся в отношениях синкретизма: стратегии, тактики, стереотипы, сценарии и приемы реализуются одновременно и одновременно реализуют друг друга посредством говорящего. Получается, что в каждом конкретном акте речи коммуникант одновременно существует в контекстах стратегий, тактик, сценариев, стереотипов и приемов, отдавая или не отдавая себе в этом отчета.

В результате можно утверждать, что в коммуникативном плане взаимодействуют не люди, а стратегии, стереотипы, сценарии, тактики и приемы; порождаемые ими эффекты определяют характер протекания и результативность контакта, их продолжительность, последствие, роль в более широком контексте, долговечность, информационную насыщенность, силу воздействия и т.д. При этом человек оказывается продуктом коммуникативного пространства, вынужден подчиняться якобы выбранным собой или навязанным другими правилам, абстрактным коммуникативным категориям, существование которых он часто скрывает, не признает, игнорирует или о которых не догадывается.

Функционирование человека в качестве продукта определяется автоматизмом его действий, предполагающим типичные реакции на типичные стимулы, отклики, жестко предопределенные спецификой внешних, окружающих коммуникативных форм. Из-за этого человек оказывается в плену собственной речи, становится подчиненной величиной, все возможности которой сводятся к способности открыть рот именно в тот момент, когда этого от него требует коммуникативное пространство, и произнести именно то, что от него требуется, даже если ему кажется, что его собственные коммуникативные действия направлены вразрез с внешними требованиями.

Но знание основных характеристик стратегий, тактик, стереотипов, сценариев и приемов позволяет от такой печальной роли частично освободиться, осознанно использовать коммуникативные единицы в своих целях, контролировать происходящее с учетом, конечно, того, что полный контроль и управление в принципе не возможны. Частично выйти за рамки стереотипного поведения, когда поступками и действиями руководят коммуникативные формы, а человек является марионеткой в их руках, можно только понимая, что и почему происходит.

Только в этом случае человек получает возможность относительно самостоятельно творить, структурировать и изменять окружающий его коммуникативный мир, воздействовать на него в нужном направлении, использовать его в своих целях и оберегать себя от деструктивных воздействий с его стороны и со стороны тех, кто прекрасно осведомлен в законах функционирования коммуникативных единиц, и тех, кто ими научен, выдрессирован, кто обеспечивает себе безбедное, комфортное существование, целенаправленно запудривая мозги, изматывая нервы, рассказывая сказки, грязно манипулируя мировоззрением личности и установками коллектива.

Видеть в многообразии окружающих коммуникативных форм актуальные – способность, которой можно научиться, воспитывая в себе привычку воспринимать автоматическое как неавтоматическое, видеть за деревьями лес, за словами не только звуки и буквы, а актуальный смысл и целевые установки.

Осознание и дальнейшее изучение вышеозначенных коммуникативных единиц позволит более точно определить предметы множества языковедческих дисциплин, так или иначе связанных с практической стороной речевой коммуникации: стилистики, прагматики, риторики, поэтики, когнитивной лингвистики, лингвосинергетики, культуры речи, а также расширить сферу действия гуманитарных наук.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бредемайер, К. Искусство словесной атаки : практическое руководство / К. Бредемайер. ; пер. с англ. – 4-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 190 с.
2. Бредемайер, К. Черная риторика / К. Бредемайер. ; пер. с англ. – 5-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 184 с.
3. Вагапова, Д. Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах / Д. Х. Вагапова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. – 460 с.
4. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : Инфра-М, 2008. – 207 с.
5. Ведение переговоров и разрешение конфликтов / Коллектив авторов ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 226 с.

6. Зими́на, Л. В. Современные издательские стратегии : от традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти / Л. В. Зими́на. – М. : Наука, 2004. – 274 с.
7. Зимняя, И. А. Лингвopsихология речевой деятельности / И. А. Зимняя. – М. : Воронеж, 2001. – 432 с.
8. Кеннеди, Г. Договориться можно обо всем! Как добиваться максимума в любых переговорах / Г. Кеннеди. ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 396 с.
9. Кржижановская, Ю. С. Грамматика общения / Ю. С. Кржижановская, В. П. Третьяков. – 2-е изд. – М. : Смысл; Академический проект, 1999. – 279 с.
10. Кинг, Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 213 с.
11. Мак-Люэн, М. Галактика Гуттенберга : Сотворение человека печатной культуры / М. Мак-Люэн ; пер. с англ. А. Юдина. – Киев : Ника-Центр, 2003. – 432 с.
12. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Г. Николаева. – М. ; Жуковский : Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
13. Непряхин, Н. Гни свою линию: приемы эффективной коммуникации / Н. Непряхин. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 138 с.
14. Назарчук, А. В. Теория коммуникации в современной философии / А. В. Назарчук. – М. : Прогресс-традиция, 2009. – 320 с.
15. О’Коннор, Дж. Введение в НЛП / Дж. О’Коннор, Дж. Сеймор. – Челябинск : Версия, 1997. – 256 с.
16. Осадчий, М. Правовой самоконтроль оратора / М. Осадчий. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 316 с.
17. Пиз, А. Язык разговора / А. Пиз, А. Гарнер. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 224 с.
18. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Ваклер, 2001.
19. Рыбкин, И. 140 приемов и упражнений эффективного общения в бизнесе и жизни / П. Рыбкин. – М. : Институт общегуманитарных исследований, 2006. – 208 с.
20. Рогов, Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. – М. : ВЛАДОС, 2002. – 366 с.
21. Сергеечева, В. Приемы убеждения: стратегия и тактика общения / В. Сергеечева. – СПб. : Питер, 2002. – 192 с.
22. Соловьева, Л. Говори свободно. Создавая совершенный голос / Л. Соловьева. – М. : Добрая книга, 2006. – 480 с.

23. Сэмпсон, Э. Бизнес-презентация: творческие идеи для блестящего выступления / Э. Сэмпсон. ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : МПБ «Деловая культура», Альпина Бизнес Букс, 2006. – 202 с.
24. Тумина, Л. Е. Русская риторика XVII – XX веков: учение о повествовании / Л. Е. Тумина. – М. : УРСС, 2002. – 132 с.
25. Черепанова, И. Заговор народа. Как создать сильный политический текст / И. Черепанова. – М. : КСП+, 2002. – 464 с.
26. Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации / Ф. И. Шарков. – М. : Перспектива, 2004.
27. Шунейко, А. А. Дезинформация (семиотический и лингвистический аспекты) / А. А. Шунейко. – Комсомольск-на-Амуре : ГОУВПО «КНАГТУ», 2005. – 160 с.
28. Уэстон, Э. Аргументация: десять уроков для начинающих авторов Э. Уэстон. – М. : Флинта, 2005. – 96 с.
29. Эффективное деловое общение / коллектив авторов. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 192 с.

Учебное издание

**Шунейко Александр Альфредович
Авдеенко Иван Анатольевич**

ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие

Научный редактор Т. А. Чебанюк, д-р культурологии, профессор

Редактор Е. В. Безолукова

Подписано в печать 09.09.2014.

Формат 60 × 84 1/16. Бумага 65 г/м². Ризограф EZ570E.

Усл. печ. л. 8,12. Уч.-изд. л. 7,80. Тираж 100 экз. Заказ 26409.

Редакционно-издательский отдел
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего профессионального образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет»
681013, Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27.

Полиграфическая лаборатория
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего профессионального образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет»
681013, Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27.