

Коммуникативные стратегии в анекдоте

Мапаева Нуржамал Абдиллажановна, доцент кафедры кыргызского языкознания
факультета кыргызской филологии и журналистики
Мамытова Гулмира Зикирбаевна, старший преподаватель кафедры практического курса
русского языка и культуры речи факультета русской филологии
Сабиралиева Замира Маметовна, старший преподаватель кафедры методики
преподавания русского языка и литературы факультета русской филологии
Ошский государственный университет, г.Ош

В статье дано определение коммуникативной ситуации, описаны различные подходы к её анализу, выделены её сущностные характеристики. Отмечается, что коммуникативная стратегия связана с восприятием дискурса и является стратегией понимания и интерпретации смысла.

Ключевые слова: анекдот, структура, смех, адресат, стратегия, дискурс.

Communicative strategies in anecdote

Mapaeva Nurzhama Abdillazhanovna, Associate Professor
of the Department of Kyrgyz Linguistics, Faculty of Kyrgyz Philology and Journalism
Mamytova Gulmira Zikirbaevna, Senior Lecturer, Department of Practical Course
of the Russian Language and Culture of Speech, Faculty of Russian Philology
Sabiralieva Zamira Mametovna, Senior Lecturer, Department of Methods of Teaching
the Russian Language and Literature, Faculty of Russian Philology
Osh State University, Osh

The article defines the communicative situation, describes various approaches to its analysis, highlights its essential characteristics. It is noted that the communicative strategy is associated with the perception of discourse and is a strategy for understanding and interpreting meaning.

Keywords: anecdote, structure, laughter, addressee, strategy, discourse.

Под коммуникативной стратегией следует понимать типовую совокупность действий (речевых, неречевых, ментальных и др.), направленных на достижение определенной прагматической цели.

Прагматической целью процесса рассказывания анекдота является возникновение у адресата смеха. Следует отметить, что искренность смеха (тот факт, что слушающий квалифицирует содержание рассказываемого как действительно смешное) не является обязательным условием в процессе рассказывания анекдота; определяющим фактором оказывается сама реакция, которая, с одной стороны, означает успешность коммуникативных действий рассказчика анекдота, а с другой, вносит фамильярность в ситуацию взаимодействия.

В процессе рассказывания анекдота происходит взаимодействия минимум двух коммуникативных стратегий, которые соответствуют рассказчику и слушающему. Общий тон коммуникативного взаимодействия может быть обозначен как сотрудничество, так как действия рассказчика подчинены одной прагматической цели. Коммуникативная стратегия рассказчика задает прагматические условия, которые, как правило, принимаются слушающим, коммуникативная стратегия которого в целом носит реагирующий характер (осмысление содержания анекдота и реагирование в виде смеха).

Введение анекдота в речевой поток сопровождается смысловым связыванием анекдота с содержа-

нием предшествующего высказывания, так как анекдот, как правило, не рассказывается без повода и представляет собой ассоциативную реакцию на смысл предшествующей реплики. Кроме того, анекдот не всегда обнаруживает связь с главным смысловым сегментом, а ассоциируется с одним из периферийных компонентов.

Общая структура коммуникативной стратегии включает в себя два компонента:

- целевой комплекс, который организован иерархически;
- операциональный комплекс (действия, организованные в структуру).

Рассмотрим структуру коммуникативных стратегий рассказчика и слушающего.

Коммуникативная стратегия рассказчика носит в целом активный характер. Она инициирует игровой дискурс в процессе взаимодействия, и, соответственно задает особые социокогнитивные параметры общения. Кроме того, эта стратегия вводит в ситуацию взаимодействия анекдот и в некоторых случаях осуществляет контроль ответного поведения адресата. Структура коммуникативной стратегии рассказчика включает в себя два компонента.

Целевой комплекс имеет одну доминанту и ряд периферийных целей, которые, как правило, актуализируются в случаях использования анекдота не только в фактической функции. Целевой доминантой коммуникативной стратегии рассказчика является

провоцирование смеха у адресата. К периферийным целям относятся:

- выражение оценки (как правило, отрицательной) некоторой реалии или целого явления; осмеяние предмета нередко используется с целью резкой критики;
- акцентирование собственной позиции; анекдот может быть использован в целях опровержения аргументов коммуниканта и, за счет осмеяния, утверждения противоположной точки зрения;
- определение позиции адресата в связи с определенной проблемой или выявление его отношения к тому или иному предмету реальности.

К.Ф. Седов отмечает, что в подобного рода случаях анекдот используется как средство формирования герметического комплекса, т.е. «потребностью людей делиться на большие и малые социальные группы» [2, с.9]. В подобной функции (в качестве «лакмусовой бумажки») нередко используются политические анекдоты, которые позволяют «проверить» принадлежность адресата к той или иной социальной и идеологической группе:

В советское время. В консерватории после концерта кэзэбэшиник вызывает дирижера и спрашивает:

– *Что-то я смотрю у вас все по-разному работают в оркестре. Вон тот человек, который стучит на большом барабане, он почти не работает.*

– *Понимаете, у него такая партия.*

– *Это вы бросьте: партия у нас одна, а стучать чаще надо.*

Операциональный комплекс коммуникативной стратегии рассказчика организуется типовой схемой действий, которая включает:

- метатекстовые вводы, описанные Е.Я.Шмелевой и А.Д. Шмелевым («знаешь анекдот о...?» «слушай анекдот...», «это как в том анекдоте о...» и др.) [3]; действия этого типа частично эксплицируют коммуникативные интенции рассказчика и формируют у адресата психологическую установку на восприятие особого рода текста анекдота;

- действия, реализующие жанровую стратегию рассказывания анекдота (способы начала, репрезентации содержания и завершения анекдота).

Коммуникативная стратегия слушающего в целом носит «конформистский», пассивный и ответный характер. В условиях коммуникативного сотрудничества эта стратегия ориентирована на развитие общих психологических и прагматических параметров игрового дискурса, а также на понимание и реагирование, которое соответствует игровому ритуализированному дискурсу [1, с.54-56].

Структура коммуникативной стратегии слушающего характеризуется меньшим количеством целевых компонентов и слабо организованным составом коммуникативных действий.

Целевой комплекс стратегии слушающего в условиях коммуникативного сотрудничества включает доминанту способствовать созданию неформальной, дружеской атмосферы за счет смеха над рассказанным анекдотом.

Периферийной целью этой коммуникативной стратегии может быть формальное поддержание заданных рассказчиком правил игрового ритуализированного дискурса.

Операциональный комплекс коммуникативной стратегии слушающего не обнаруживает устойчивой типовой схемы. Ментальные действия слушающего ориентированы на когнитивную обработку содержания анекдота с установкой на извлечение комического смысла. Основываясь на презумпции смешного в анекдоте, адресат отвлекается от возможных альтернативных вариантов интерпретации предметно-референтной ситуации анекдота и фокусируется на комическом исходе представляемого рассказчиком сюжета.

В рамках коммуникативного сотрудничества взаимодействующих субъектов наблюдается координация и интеграция коммуникативных стратегий рассказчика и слушающего в единую стратегию анекдота.

В случае, когда адресат не желает оставаться в рамках коммуникативного сотрудничества, наблюдается дезинтеграция стратегий коммуникантов, в такой ситуации стратегия адресата трансформируется как на целевом, так и на операциональном уровнях: его поведение ориентируется на нарушение прагматических параметров игрового ритуализированного дискурса и на овладение коммуникативной инициативой.

Рассказчик анекдота и адресат располагают разными коммуникативными возможностями для реализации языковой личности.

Рассказывание анекдота представляет собой в известной степени безличный процесс, в ходе которого рассказчик не может претендовать на авторство анекдота, таким образом исключая возможность собственного влияния на предметно-референтную ситуацию и на жанровую стратегию реализации анекдота в коммуникативном процессе. Рассказчик предстает как посредник между аудиторией и традицией современного городского фольклора. Рассказчик воспроизводит анекдот в неизменном единстве его инвариантных компонентов; вариативность сюжетных компонентов анекдота связана не столько с личностными интенциями рассказчика, сколько с необходимостью ситуативной адаптации анекдота в конкретных социопрагматических условиях.

Возможности реализации языковой личности, которыми располагает адресат, значительно шире. Рассказывание анекдота на дискурсивном уровне представляет собой один из коммуникативных шагов, который предоставляет ряд альтернативных возможностей реагирования со стороны адресата; последний может либо поддержать предложенные рассказчиком принципы развития игрового дискурса, либо отклонить этот вариант и таким образом задать собственную траекторию развития коммуникативного взаимодействия. В этом случае особую актуальность обретает фактор овладения коммуникативной инициативой.

Факт владения коммуникативной инициативой непосредственно определяет степень и характер манифестации языковой личности коммуниканта, который инициирует порядок мены коммуникативных

ролей, влияет на реализацию стратегий участников взаимодействия и предопределяет последующее развитие дискурса.

Итак, функционирование анекдота, как правило, имеет место в составе игрового дискурса, который носит ритуализированный характер: его структура характеризуется устойчивостью, а стратегии коммуникантов – повторяемостью.

Рассказывание анекдота предполагает взаимодействие стратегий как минимум двух коммуникантов – рассказчика и слушающего. Возможны два слу-

чая взаимодействия указанных стратегий: координация стратегий, которая наблюдается в условиях коммуникативного сотрудничества (рассказчик и слушающий стремятся реализовать единую прагматическую цель), и рассогласование стратегий, которая наблюдается в условиях, когда слушающий не принимает инициируемый рассказчиком вариант развития взаимодействия. Сам процесс реализации языковой личности при рассказывании анекдота непосредственно связан с фактом овладения и поддержания коммуникативной инициативы.

Литература:

1. Петренко, М.С. Анекдот в парадигматическом и синтагматическом аспектах // Сб. научн. трудов преподавателей и аспирантов. Таганрог, 2003. Вып. VI.
2. Седов, К.Ф. Основы психолингвистики в анекдотах. – М., 1998.
3. Шмелева, Е.Я., Шмелев, А.Д. Русский анекдот. Текст и речевой жанр. – М., 2002.