УДК 81.411

А. Н. Паняхина

Нижегородский государственный педагогический университет
им. Козьмы Минина
ул. Ульянова, 1, Нижний Новгород, 603005, Россия

E-mail: linguanastya@yandex.ru

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ЖАНРЕ ЛИТЕРАТУРНО-КРИТИЧЕСКОЙ РЕЦЕНЗИИ (НА МАТЕРИАЛЕ «ЛИТЕРАТУРНОЙ ГАЗЕТЫ»)

Уточняется соотношение понятий *коммуникативная стратегия*, *речевая тактика* и *коммуникативный ход*. Выявляются разновидности речевых тактик и коммуникативных ходов, реализующие стратегии обличения и разоблачения в жанре литературной критики. Делается вывод о специфике жанра литературной критики в масс-медийном издании.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия обличения и разоблачения, речевая тактика, коммуникативный ход.

Исследование коммуникативных стратегий и тактик, используемых в жанре современной литературно-критической рецензии, представляет собой актуальную задачу, потому что, с одной стороны, расширяет научное представление о формах «вербального поведения индивидуумов в различных типах дискурса» [Киселев, 2012. С. 3], а с другой – позволяет определить специфику литературно-критических рецензий, размещаемых в средствах массовой информации. Предмет нашего исследования требует оговорить соотношение ключевых понятий *коммуникативная стратегия*, *речевая тактика*, *коммуникативный ход* и обосновать выбор источника языкового материала.

Разграничение терминов коммуникативная стратегия, речевая тактика и коммуникативный ход возможно лишь при соотнесении их друг с другом. *Стратегия* связана с глобальной целью коммуникации, направлена на достижение запланированного, отложенного во времени результата. В процессе коммуникации цель раскладывается на ряд конкретных, ситуативно обусловленных задач, в соответствии с которыми осуществляется выбор *речевых тактик* в рамках заданной стратегии. Вербальным средством реализации тактики в русле выбранной стратегии выступает *коммуникативный ход* [1]. Таким образом, термины стратегия, тактика и коммуникативный ход коррелируют с понятиями *глобальная цель*, *задача*, *языковое средство выражения*.

В качестве источника языкового материала выбрана одна из рубрик «Литературной газеты» (ЛГ) за 2008–2011 гг. Выбор не случаен: с одной стороны, ЛГ рассчитана на массового читателя, который в то же время позиционируется как читатель образованный, носитель литературного языка, с другой стороны, она традиционно требует от своих авторов строгого отношения к стилистике материала. Название одной из руб-

[1] См. об этом: *Ланских А. В.* Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 183 с.

ISSN 1818-7919
Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2012. Том 11, выпуск 11: Журналистика
© А. Н. Паняхина, 2012

рик – «Литпрозектор» – в определенной степени задает стратегию воздействия на адресата текста. *Прозектор* – лицо, производящее вскрытие тел умерших с целью установления причины смерти. Здесь в качестве «прозектора» выступает критик. Таким образом, литературное произведение изначально позиционируется как «мертвый» материал, а результатом критического анализа должно стать подтверждение нежизнеспособности произведения. Следовательно, в отличие от традиционной критики, предполагающей выявление как слабых, так и сильных сторон художественного произведения, в рубрике «Литпрозектор» автор изначально имеет установку на дискредитацию рецензируемого произведения.

В результате исследования мы выделили две основные стратегии, используемые авторами рубрики «Литпрозектор»: стратегия обличения и стратегия разоблачения. Под *стратегией обличения* понимается целенаправленный процесс обнаружения и раскрытия слабых сторон художественного произведения и его автора. *Стратегия разоблачения* подразумевает развенчание положительного образа произведения и его автора, созданного другими критиками, литераторами до момента написания данной статьи.

Для реализации названных стратегий используются следующие речевые тактики: тактика погружения в текст, тактика презентации объекта рецензии, тактика самопрезентации, тактика апелляции к читателю. Необходимо отметить, что названные тактики служат для реализации обеих стратегий. Различие состоит в использовании тактики презентации объекта рецензии: в отличие от стратегии обличения в стратегии разоблачения присутствует тактика положительной презентации объекта рецензии, которая располагается в начале статьи, составляя ее незначительную часть, и опровергается на протяжении всего последующего текста.

Далее рассмотрим коммуникативные ходы, которые манифестируют выделенные нами речевые тактики.

1. *Тактика погружения в текст*. Массовый читатель не всегда имеет представление о произведении, оказавшемся в центре внимания критика. Поэтому особенно важным становится знакомство читателя с сюжетом и системой образов рецензируемого текста. Для реализации данной тактики используются такие *коммуникативные ходы*, как пересказ, включающий характеристику персонажа, и цитирование первоисточника: *Сюжет романа в сжатом виде есть не что иное, как «охотничья» история из тяжелой жизни российского бизнесмена. Жил-поживал простой московский винторговец Матвей Матвеевич Матвеев, Тройной, как называли его в школьные годы. Богатый, но не очень – средний* (Энд. Зато хеппи. ЛГ. 2009. № 3–4).

Предполагается, что *пересказ* содержит объективную информацию о художественном тексте, однако критик, используя данный коммуникативный ход, фактически создает свой собственный вариант произведения, акцентируя внимание на тех фактах, которые ему необходимы для навязывания читателю собственной точки зрения. Аналогичную функцию выполняет и *цитирование первоисточника*, в ходе которого в негативном ключе демонстрируются языковые особенности рецензируемого произведения: *Вот образец прозы Бордовских*: «*На заднем сиденье – цветы, в ЕГО глазах – любовь. ОН везет ЕЕ с бешеной скоростью по направлению к Москве и почти не смотрит на НЕЕ* (на Москву? – *А. Я.*). *ОН как будто немного смущен. ОНИ так давно не виделись. Но ОНА так СЧАСТЛИВА!*» («Пылкость отдала, без мыслей». ЛГ. 2008. № 47).

2. *Тактика презентации объекта рецензии*: *писателя и его произведения*. Под презентацией мы понимаем не просто выражение оценки художественного произведения и его автора, а именно способ представления оценочного материала, выбранный критиком в соответствии с реализуемой стратегией. В зависимости от полюса оценки можно выделить позитивную и негативную презентации. Тактика позитивной презентации используется в зачине статьи и представлена следующими коммуникативными ходами.

Указание достижений. Для этого в текст рецензии вводится фактологическая информация (используются номинации конкурсов, премий, рейтингов): *Еще одна книга из так называемого* «***списка 15***», *рекомендованного* ***конкурсом*** «***Дебют***» *для повсеместного прочтения* (Энд. Зато хеппи. ЛГ. 2009. № 3–4); *Михаил Елизаров – **лауреат*** «***Русского Букера***» *за 2008 год* <…> (Заводной апельсин третьей свежести. ЛГ. 2010. № 23).

Приведение чужого мнения, содержащего позитивную оценку объекта критики. Впоследствии это мнение будет развенчиваться автором рецензии: *Михаил Елизаров – <...>* ***интеллектуально насыщенный*** *беллетрист* (*с точки зрения* ***критиков журнала*** «***Знамя***») *<...>* (Заводной апельсин третьей свежести. ЛГ. 2010. № 23); «***Литгазета***» *посулила*: «*Очень не похожие по тематике и настроению рассказы тем не менее представляют* ***гармоничный литературный ансамбль***, *открывающий читателю жизнь нашей страны в разные периоды прошлого века*». (Обманутые ожидания. ЛГ. 2009. № 27); *Новый роман Андрея Геласимова*, *как значится* ***в издательской аннотации***, «*это* ***захватывающая*** *семейная история*» (Эксперимент над собой или над читателем? ЛГ. 2010. № 10)

Позитивный прогноз. Положительная оценка произведения может преподноситься как предположение критика перед началом собственно прочтения произведения: *Открыл я книгу*, *пролистнув советский период* (*это мы все знаем*), ***предвкушая*** *несколько вечеров* ***увлекательного чтения***... (Обманутые ожидания. ЛГ. 2009. № 27).

Прямое одобрение. Критик в начале статьи может открыто похвалить автора или произведение, но, как правило, эта похвала иронически переосмысливается и оказывается незначительной по сравнению с последующей критикой: *Особенно* ***радует*** *автор*, *поборовший разного рода рыночные соблазны и* ***оставшийся верным*** *самому себе. Таков Вячеслав Пьецух*; *в своей новой книге он* ***твердо сторонится*** *лукавых поветрий и модных тем* (Баня на колокольне. ЛГ. 2010. № 4).

В целом тактика позитивной презентации создает эффект «обманутых надежд», который позволяет чувствительно задеть самолюбие критикуемого, а кроме того, дает возможность рецензенту косвенно заявить о своей непредвзятости.

Центральной тактикой, реализующей стратегическую цель анализируемых нами критических статей, является *тактика отрицательной презентации*, которая может использоваться на протяжении всего текста рецензии и является обязательной для ее основной части. Авторы рецензий наиболее часто используют следующие коммуникативные ходы.

Прямое порицание, которое выражается пейоративной лексикой: *Евсеевская манера красиво выражаться ЗАМЕТНА*, *и это* ***плохо*** (Темно иль ничтожно? ЛГ. 2009. № 33–34); *Это* ***назойливое водопомешательство*** (*или* ***водобесие***, *кому как больше нравится*) *где-то с середины первой части уже* ***начинает раздражать***. ***Ну нельзя так***, *господа! Подтекст на то и подтекст*, *чтобы мелькать где-то между строк*, *на краю зрения*, *ненавязчиво* (Водянка. ЛГ. 2011. № 44).

Дискредитация лексического значения слова. Слова с положительной коннотацией используются в контексте, нарушающем их пресуппозиции, что создает иронический, и даже издевательский, подтекст: *А может*, *искомая* ***мудрость*** *запрятана в этом фундаментальном исследовании*: «*Остается вопрос. В пачке 20 штук сигарет – это исходя из обычной дневной порции курильщика? Или это курильщик выкуривает в день 20 сигарет*, *потому что в пачке столько?*» («*Пачка в день*», «*дар напрасный*, *дар случайный*») (Шалун уж отморозил. ЛГ. 2010. № 16–17); *Движимый такими* ***невероятными открытиями*** *автор начинает* «*подозревать чувственность*» *даже* «*у мышей*» (Баня на колокольне. ЛГ. 2010. № 4).

Указание на речевую некомпетентность. В текст рецензии вводятся метаязыковые суждения и оценки (иногда несправедливые), которые призваны подорвать доверие к профессионализму писателя: *Да как же ее понять? Вот фраза из новеллы* «*Два дня в Нью-Йорке*»: «*Ему нравилось*, *когда она надевала высоченные каблуки и становилась выше его на полголовы*». *Ну то*, *что в одном предложении* ***два однокоренных слова*** «***высоченный***» ***и*** «***выше***», *будем считать мелочью. Ну не стилист автор.* ***Но как можно надевать высоченные каблуки? Или уже изобретены такие туфли***, ***состоящие из одних каблуков?*** («Пылкость отдала, без мыслей». ЛГ. 2008. № 47).

Навязывание самооценки. Данный ход предполагает использование для характеристики рецензируемого произведения такой цитаты из него самого, которая уже содержит негативную оценку: *Заключение же по состоянию* «*Плохого мальчика*» *можно сделать* ***его же словами***: «*Что хотел сказать автор? Что*, *кому*, *чего ради? Зачем он это все? Про что? Цель и смысл?*» (Шалун уж отморозил. ЛГ. 2010. № 16–17).

3. *Тактика самопрезентации* позволяет критику преподнести себя как человека, обладающего определенными личностными и профессиональными качествами, и используется для завоевания доверия адресата текста, а в конечном счете – для усиления воздействующего эффекта. В рамках этой тактики можно выделить два основных коммуникативных хода: позитивная самопрезентация и надевание маски.

Позитивная самопрезентация. Рецензент позиционирует себя как человека доброжелательного, доверчивого, сопереживающего автору произведения, делится с читателем положительными эмоциями от анализируемого произведения: *Что ж*, ***доброжелательно*** *допустим мы*, *эссеистика не самое лучшее в человеке* <...>; *Даже за будущее писателя* ***успокаиваешься***: *мол*, *и не такие души деревенская тишина врачевала* (Баня на колокольне. ЛГ. 2010. № 4).

В то же время установление эмоционально контакта сочетается с демонстрацией критиком своей профессиональной компетенции, что, например, проявляется в умелом использовании прецедентных феноменов: *Так*, *с* ***грустью***, ***многим не знакомой***, *мы узнаем*, *что всего лишь* «*два гена*» *отделяют карпа от белки*, *а белку – от Пьецуха*; *Ну да это все* ***дела давно минувших дней***, ***преданья старины глубокой***; *Избичеванные суровой авторской сатирой* ***свинцовые мерзости*** *российской жизни стоят тут же*, *понурив голову* (Баня на колокольне. ЛГ. 2010. № 4).

Надевание маски. Это ролевое перевоплощение автора, которое выражается через имитацию чужого речевого поведения: иной манеры речи, лексикона. В текстах анализируемых нами рецензий можно выделить маски доверчивого / ироничного читателя, простачка, ребенка и др. Нередко используется маска врача, и анализ произведения подается как процесс постановки диагноза, в соответствии с названием рубрики, неутешительного: *Ну*, *тэк-с*, ***больной*** (*скажем*, *протирая руки спиртом*). <...> *Что там еще* ***в анамнезе***? <...> ***диагноз*** *неутешителен*: *такое* ***не лечится*** (Шалун уж отморозил. ЛГ. 2010. № 16–17).

4. *Тактика апелляции к читателю* обусловлена стремлением критика установить контакт с читателем, создать иллюзию диалога, придать повествованию динамичность и видимость непосредственного контакта. Для реализации данной тактики чаще всего используются такие коммуникативные ходы, как объединение, переадресация, спор.

Объединение репрезентируется при помощи инклюзивного местоимения *мы*, что позволяет включить читателя в «свой» круг и тем самым сделать его своим единомышленником: *Что ж*, *попробуем и* ***мы*** *заглянуть в упомянутую глубину*; ***Мы*** *тоже ясно знаем*, *что… Не надо было Это печатать где-нибудь*, *кроме буклетов к дискам*; *Что* ***мы*** *видим*, *безобидный стеб?* (Искусство царапать скрижали. ЛГ. 2009. № 11).

Переадресация. Критик может подводить читателя к определенной мысли и в итоге предоставить возможность ему самому (в определенной степени) продолжить тему, сделать вывод: *В ней автор*, *что называется*, *сурово обличает и отчасти даже бескомпромиссно вскрывает. Нужное* ***подставьте сами*** (Баня на колокольне. ЛГ. 2010. № 4); ***Судите сами*** (Поролоновая яма. ЛГ. 2011. № 35).

Спор. Критик создает иллюзию спора, но субъектом противоположного мнения выступает не третье лицо (например, какой-нибудь критик или издатель), а собственно адресат статьи, он же читатель критикуемого произведения: *И* ***вы посмеете утверждать***, *что это сотворил тот самый пресловутый нанятый профессиональный писатель?! Гнусная клевета. Любой профессиональный писатель* ***вам*** *скажет*, *что приведенная цитата принадлежит перу человека*, *который и на литстудента не тянет*, *максимум – на литабитуриента.* <...>; ***Вы опять*** *о профессионалах?! Но это же типичные подростковые записи в личном дневнике* <...> (Пылкость отдала, без мыслей. ЛГ. 2008. № 47).

Этот ход позволяет автору критической статьи ненавязчиво приводить все новые доводы в подтверждение собственной точки зрения.

Рассмотренные стратегии и тактики позволяют сделать вывод, что современная литературно-критическая рецензия сближается с медиатекстом, рассчитанным на массовое восприятие и воздействующим на аудиторию с помощью манипулятивных технологий. Специфика этого жанра в СМИ заключается в том, что целью анализа художественного произведения становится не выявление его истинной ценности, а препарирование исключительно отрицательных

сторон, что обусловливает выбор соответствующих стратегий. Считается, что негативная информация, наличие конфликтной ситуации вызывают повышенный интерес читателя и привлекают его внимание, чем активно пользуется современные массовые издания, к которым относится и «Литературная газета».

Список литературы

Киселев А. Ю. Адресные стратегии в научно-популярном дискурсе (на материале немецкого языка). Самара: АКД, 2012. 22 с.

Материал поступил в редколлегию 29.05.2012

A. N. Panyakhina

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS IN THE GENRE OF CRITIQUE (BASED ON THE MATERIALS OF LITERATURNAYA GAZETA)

The article specifies the relations between the concepts of a communicative strategy, speech tactics and communicative action. Varieties of speech tactics and communicative actions are identified, pursuing the strategies of denunciation and exposure in the genre of literary critique. A conclusion is made regarding the specific features of the genre of critique in mass media.

Keywords: communicative strategies of denunciation and exposure, speech tactics, a communicative action.