

Стратегии невежливости в шоу Dragon's Den

А.В. Быстрых, Ю.К. Шляпина

Воронежский Государственный Университет

Аннотация: в статье рассматриваются стратегии невежливого поведения, описанные Джонатаном Калпепером, а также их реализация в речи на материале, взятом из эксплуатирующего шоу Dragon's Den.

Ключевые слова: стратегии невежливого поведения; невежливость; дискурсивный подход; невежливость.

Изучение лингвистической невежливости является довольно новым направлением в лингвистике. Несмотря на предпринятые зарубежными и отечественными лингвистами попытки решить связанные с этим явлением вопросы, невежливое коммуникативное поведение до сих пор остается плохо изученным.

Перед тем как мы перейдем к анализу примеров, хотелось бы остановиться на существующих подходах к изучению невежливого поведения. Необходимо сразу уточнить, что не существует единого определения невежливого коммуникативного поведения, и многие лингвисты, изучающие данный вопрос, предлагают разные трактовки. Для этого лингвисты часто опираются в первую очередь на понятие вежливости.

В связи с существованием разных определений коммуникативно невежливого поведения выделяют следующие подходы в изучении невежливости:

- 1) Наивно-бытовой подход
- 2) Вежливость второго порядка (second-order politeness)
- 3) Вежливость первого порядка (first-order politeness)

Наивно-бытовой подход к изучению вежливого поведения предполагает взгляд на вежливость как на социальную норму. Его сторонники считают, что действия, которые соответствуют этикетным нормам, являются вежливыми, те, что не соответствуют им - невежливыми. При таком подходе вежливость расценивается как соблюдение определенных норм поведения, которые существуют в каждом обществе и содержатся в книгах по этикету. [1, с. 11]

В основе теорий вежливости второго порядка, то есть в основе прагмато-лингвистического понимания вежливости, лежит стремление описать вежливое коммуникативное поведение через различные стратегии, которые используют участники общения. Основоположниками теории вежливости второго порядка

принято считать лингвистов П. Браун и С. Левинсона. Они разработали теорию лингвистической вежливости, основным понятием в которой является лицо, то есть образ коммуниканта, а вежливое поведение рассматривается, как попытка избежать ликоугрожающих речевых актов.

Недостатки данных теорий заключаются, по мнению лингвистов, придерживающихся другого подхода, в том, что они претендуют на универсальность и рассматривают примеры вне контекста. [2, с. 5] Такой подход соответственно упрощает сложный дискурсивный характер такого явления, как вежливости и зачастую приводит к ошибкам в изучении тех или других коммуникативных актов. [2, с. 5]

Дискурсивный подход к пониманию вежливости связан с ее изучением в контексте, и со вниманием к тому, как воспринимают коммуниканты высказывания и языковые средства. Лингвисты, придерживающиеся данного подхода, критикуют многие идеи, выдвинутые их предшественниками. Главным отличием является стремление сторонников дискурсивного подхода учитывать различные социологические факторы, которые влияют на восприятие того или иного поведения как вежливого. [2, с. 7]

Теорию Джонатана Калпепера можно отнести к дискурсивному подходу, так как он говорит о важности контекста при оценке коммуникативного поведения как вежливого или невежливого. Он приходит к выводу, что феномен невежливости связан с тем, как выражается и воспринимается оскорбление и утверждает, что невежливость возникает тогда, когда адресант намеренно осуществляет атаку на лицо адресата, когда адресат осознает или воссоздает данное поведение как намеренно атакующее его лицо, или как одновременное проявление первого и второго действия.

В своих работах Дж. Калпепер выделяет следующие мета-стратегии невежливого поведения: [4, с.4]

1) Прямая невежливость

В случае очевидной невежливости ликоугрожающий речевой акт выполнен в недвусмысленной, прямой форме.

2) Позитивная невежливость

Позитивная невежливость несет угрозу позитивному лицу слушающего и реализуется с помощью таких стратегий как демонстрация незаинтересованности в человеке, использование неподходящих маркеров идентичности, использование слов-табу, оскорблений, или попытки заставить человека чувствовать себя некомфортно.

В качестве примера можно привести обращение по титулу или фамилии в кругу близких друзей. Таким образом, происходит отстранение от слушающего, усиление дистанции, что является невежливым и не соответствует контексту. Возможна и обратная ситуация, когда в формальной обстановке к человеку обращаются по имени, что воспринимается как проявление неуважения и невежливости [4, с.4].

3)Негативная невежливость

Негативная невежливость несет угрозу негативному лицу слушающего и может быть реализована за счет снисходительного обращения, высмеивания, угроз, вторжения в личное пространство, использование личных местоимений, нарушения структуры разговора, перебивания.

4) Косвенная невежливость

Косвенная невежливость создается с помощью имплицатур. К ней можно отнести иронию и сарказм.

5)Отсутствие проявления вежливости в случае ожидания ее одним из коммуникантов

Отсутствие проявления вежливости в случае ожидания ее одним из коммуникантов означает отсутствие вежливости в том контексте, где это считается неприемлемым. В качестве примера Калпепер приводит отсутствие благодарности за подарок. [4, с.4]

Согласно Дж. Калпеперу данные супер-стратегии довольно часто оказываются смешанными и высказывание, направленное на нанесение урона одному лицу, может так же воздействовать на второе. [5, с. 42]

Каждая из этих супер-стратегий реализуется в речевом поведении речевыми стратегиями.

В качестве материала для исследования мы выбрали реплики участников британского эксплуатирующего шоу Dragon's Den. Данное шоу было выбрано в связи с тем, что оно относится к разряду эксплуатирующих шоу, главным отличием которых является намеренное пренебрежительное отношение к конкурсантам, что проявляется в большом количестве высказываний, которые могут быть трактованы как невежливые. Таким образом, данное шоу предоставляет отличную возможность собрать достаточное количество примеров и проанализировать, в какой степени они являются невежливыми. [6, с. 3235]

Дж. Калпепер выделяет четыре фактора, которые показывают взаимосвязь сферы развлечений и невежливого поведения:

1) Свойственное удовольствие

Удовольствие, возникающее от возможного появления опасности

2) Удовольствие от стороннего наблюдения

Человеческая слабость становится предметом для наблюдения со стороны.

3) Превосходство аудитории

Существуют теории, согласно которым наблюдение за кем-то, кто находится в худшем положении, приносит наблюдающему удовольствие.

4) Безопасность аудитории

Сравнение себя с участниками шоу и осознание наблюдающим, что он, в отличие от них, находится в безопасности, приносит ему удовольствие.[5, с.45]

Помимо данных четырех факторов Дж. Калпепер перечисляет несколько других. Например, невежливость часто сопровождается юмором, для того, чтобы сделать шоу более интересным часто используется конфликт и драматизация.

Участники данного шоу обычно являются проектировщиками изделий или операторами сферы услуг, которые считают, что обладают бизнес идеей, которая могла бы принести значительную прибыль. Так как они не обладают достаточным количеством средств для реализации бизнес проекта, их задачей является убедить судей стать их спонсорами. Перед началом шоу участники озвучивают, какую сумму они рассчитывают получить от спонсоров и проценты, которые они готовы будут выплатить спонсорам. После презентации проекта судьи делают вывод о том, насколько надежным будет инвестирование в данный проект. Основанием для их отказа часто становится тот факт, что участники не могут назвать точные данные относительно их прибыли или расходов или не обладают достаточными знаниями о ситуации на рынке. В случае если инвесторы предлагают меньшую сумму денег, чем та, на которую рассчитывают участники или предлагают условия отличные от тех, которые участники ожидали, они могут использовать несколько минут для того, чтобы посоветоваться друг с другом и принять решение. Известно, что обсуждение сделки продолжается за пределами шоу. Часто сделки отменяются по причине того, что инвесторы, изучив бизнес проекты участников более подробно, отказываются в них инвестировать.

Нами были собраны и изучены высказывания жюри, направленные на критику конкурсантов. Согласно нашей работе наиболее часто используемыми супер-стратегиями являются позитивная невежливость и косвенная невежливость. Позитивная невежливость проявляется в оскорблениях, которые использует жюри в адрес конкурсантов и их проектов. В случае, если идея проекта или поведение конкурсанта кажется представителям жюри смешными, то они используют иронию, которая относится к косвенной невежливости.

В качестве примера использования позитивной невежливости можно привести ситуации, в которой конкурсант (S1) стремится убедить жюри спонсировать его сайт, предназначенный для поиска врачей и записи к ним на

прием. Питер Джонсон (S2), недовольный расчетами конкурсантов, использует оскорбление, чтобы выразить это.

S1: Sorry, but our projections are based on the sales that we've already had and we've only been trading for 11 weeks.

S2: You're valuing your business...against a three-year forecast... and you're valuing it in three years' time at two times revenue. You're delusional.

(Dragon's Den, Сезон 11, серия 12)

Высказывание Питера Джонсона является примером позитивной невежливости, так как высказывание «You're delusional» наносит урон позитивному лицу слушающего, то есть его желанию выглядеть достойно в глазах собеседника и быть им принятым. Таким образом наносится урон позитивному лицу слушающего. Здесь может возникнуть вопрос, можно ли трактовать данное речевое поведение как невежливое в данном контексте, ведь Питер Джонсон, обладающий в данном случае коммуникативной властью, может позволить себе критику конкурсанта. Тем не менее, по реакции участника можно понять, что он смущен и оскорблен данным высказыванием, что значит, что он распознает его как невежливое.

Еще один пример позитивной невежливости взят из той же коммуникативной ситуации, но критику конкурсанта (S1) здесь осуществляет Данкан Баннатин (S2).

S1: The thing is, even though it is treatments like laser eye surgery, there's still six out of ten people, price is still their number one reason...

S2: Rubbish! Rubbish! Rubbish, Tim, rubbish! Complete and utter rubbish.

S1: That's from a...

S2: Absolute hogwash. I think you're all completely missing the point. It doesn't matter how many people have eye surgery, what matters is how many of them, for your business, go onto Google to find the eye surgeon.

S1: Yeah.

S2: I had eye surgery. I didn't go on Google. Yeah. I did what the majority of people do (2.0) I got a recommendation from someone who'd had it done.

(Dragon's Den, Сезон 11, серия 12)

В данном случае можно наблюдать сочетание стратегий позитивной и негативной невежливости. С одной стороны Баннатин использует оскорбления, такие как «gubbish» и «hogwash», что относится к позитивной невежливости, так как направлено на позитивное лицо адресата. Заметно, что он распознает это как проявление невежливости, так как проявляет смущение. Он хочет настоять на своем, но Баннатин продолжает перебивать его, что является негативной невежливостью, так как несет угрозу негативному лицу адресата, то есть его желанию иметь возможность отстоять свое мнение, защитить свои ценности.

Другой часто используемой мета-стратегией здесь является косвенная невежливость. Зачастую когда идея конкурсанта кажется жюри смешной, они используют иронию для выражения своего отношения.

В качестве примера иронии можно привести ситуацию, в которой конкурсанты стремятся убедить жюри спонсировать их проект по переработке старых вещей в новые. Жюри не поддерживает эту идею, так как им не нравятся примеры работ, уже выполненных конкурсантами. Питер Джонсон (S2) критикует конкурсантов (S1).

15-2

S1: We appreciate that the really important part about this is the storytelling.

S2: My very point is that you haven't given the story. And it does look like a 1960s British Midland aircraft cover.

S1: But the reason why we've actually used that fabric to start with is because we thought "Let's use the worst looking fabric we could possibly take off any of the aircraft and see if we could turn it into a beautiful product."

S2: Well, I think that's good, because you definitely failed.

(Dragon's Den, Сезон 15, серия 2)

Питер Джонсон использует косвенную невежливость, а именно иронию для выражения своего отношения к продукту. Ирония достигается за счет противоречия, так как фраза «that's good», обычно используемая для выражения положительного мнения, здесь используется в прямо противоположном значении. Это можно установить по следующей за этим фразе «you definitely failed» и интонации Питера Джонсона, выражающей насмешку.

Так же можно отметить, что для каждого из жюри свойственно использование каких-то определенных стратегий чаще, чем других. Для некоторых участников жюри, например, для Питера Джонсона, характерно

использование конвенциональных стратегий невежливости. Он часто прибегает к оскорблениям и использует такие фразы как *Hogwash*, *You are delusional*.

Таким образом, можно сделать вывод, что стратегии невежливого поведения, предложенные Джонатаном Калпепером, используются в шоу *Dragon's Den*. Наиболее часто используются стратегии, относящиеся к позитивной и косвенной невежливости, что можно объяснить тем, что жюри обладает коммуникативной властью и может использовать позитивную невежливость прямо, в то время как конкурсанты лишены этой возможности.

Литература

1. Ларина Т.В. Вежливость как национально-специфическая коммуникативная категория / Т.В. Ларина // Коммуникативное поведение. – 2003. - № 17 – С. 48-57.
2. Леонтьев В.В. Лингвистическая (не)вежливость: к проблеме содержания категории / В.В.Леонтьев // Экология языка и коммуникативная практика. – 2016. - № 1.
3. Culpeper J. Impoliteness strategies / J. Culpeper // *Interdisciplinary studies in pragmatics, culture and society*. – Cham : Springer International Publishing. – P. 421–445.
4. Culpeper J. Impoliteness and the entertainment in the television quiz show / J. Culpeper // *Journal of Politeness Research*. – 2005. - Vol. 1. - P. 35 – 72.
5. Culpeper J. Conventionalised impoliteness formulae / J. Culpeper // *Journal of Pragmatics* – 2010. – Vol. 42 – P. 3232-3245.