

ЗАГАЛЬНЕ МОВОЗНАВСТВО

УДК 81–25

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2019.3-2/01>**Вусик А. Л.**

Бердянський державний педагогічний університет

СПОСОБИ ВИРАЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ КОМУНІКАТИВНОГО САБОТАЖА

У статті розглядається психоемоційний стан саботажника. Акцент робиться на негативних емоціях, які призводять до мовної агресії. Автор описує стратегії комунікативного саботажу і виявляє різноманітні способи їх вираження. Аналізуються причини використання прийому комунікативного саботажу, позначаються його компоненти. Виділяються чотири види комунікативного саботажу: нав'язування своєї думки під час обговорюваної ситуації, небажання відповідати на запитання, прагнення ухилитися від аспекту бесіди, бажання зачепити й образити співрозмовника. Порівнюється комунікативний саботаж із комунікативною невдачею, маніпуляцією, мовною демагогією, конфліктом, мовною агресією, а також зазначається, що саботаж об'єднує ці форми мовної поведінки, але не є ідентичним жодній із них.

Актуальність дослідження полягає в тому, що комунікативний саботаж не може виникнути спонтанно, він є засобом самозахисту, а також проявом обурення, роздратування, і може призвести до мовної агресії. Він проявляється за невідповідності корпоративної культури й особистісних цінностей під час формування команди, коли відсутня програма розвитку і мотивація персоналу, а також немає довіри до співробітників. Саботаж може спостерігатися і в тому колективі, де слабкий керівник, який не здатний ефективно керувати. Мовний саботаж може мати й особистісний конфлікт, коли спостерігається неможливість або небажання декількох співробітників домовитися один з одним і налагодити конструктивні відносини.

Останнім часом усе більше дослідників звертаються до проблеми комунікативних стратегій і тактик, які впливають на саботажника. Резюмуючи різні визначення комунікативної стратегії, можемо підкреслити, що вибір стратегії і тактики, планування і реалізація залежать від конкретної комунікативної ситуації і відносин учасників ситуації.

Отже, під комунікативним саботажем розуміється прийом мовного впливу на співрозмовника, який передбачає прихований опір і спрямований на ігнорування висловлювань.

Ключові слова: саботаж, комунікативний саботаж, саботування, самосаботаж, стратегія, тактика, мовний опір, комунікативна невдача, маніпуляція, мовна демагогія, мовний конфлікт, мовна агресія.

Наблюдаются случаи, когда участник коммуникации не готов прямо ответить на вопрос собеседника, пытается как-то уклониться от ответа, сменить тему либо дать весьма неясный ответ. Это явление в научной литературе получило название «коммуникативный саботаж».

Актуальность данного исследования состоит в том, что коммуникативный саботаж не может возникнуть спонтанно, он может быть использован адресатом во время «нападения» собеседника. Именно в таком психоэмоциональном состоянии саботирующего преобладают отрицательные эмоции, которые приводят к речевой агрессии. Это

уже не средство самозащиты, а способ излить свое негодование, раздражение, возмущение.

Цель исследования – описание стратегии коммуникативного саботажу и выявление разнообразных способов его выражения.

Для достижения этой цели были поставлены следующие **задачи**:

- 1) дать описание саботажу как явлению коммуникации;
- 2) проанализировать причины использования приема коммуникативного саботажу;
- 3) определить компоненты коммуникативного саботажу.

Теоретической основой исследования послужили работы по коммуникативным стратегиям, тактикам и коммуникативному саботажу В. Андреева [2], Н. Буренина [6], В. Василина [7], Г. Власян [10], Л. Гнездилова [11], Л. Головаш [12], Б. Ерманова [15], О. Иссерс [16], Н. Кириллова [18], М. Кравец [21], О. Малышева [22], Е. Никитина [23], В. Шмелева [28], Е. Яренчук [30].

Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы в курсе когнитивной лингвистики, лингвокультурологии и основ теории межкультурной коммуникации.

Слово «саботаж» происходит от французского глагола “sabotear” – «стучать деревянными башмаками» [26, с. 590], поскольку первоначально «нежелание работать в знак протеста против чего-либо выражалось стуком башмаков» [14, с. 4000].

Термин «саботаж» не является лингвистическим: он использовался в контексте социально-политической борьбы в значении «насильственный протест, промышленный террор, разрушения, поджоги и взрывы» [8, с. 15–16].

Сегодня термин «саботаж» встречается в таких контекстах: «саботаж выборов», «саботаж договоренностей», «саботаж международных обязательств», «саботаж политического процесса», «саботаж переговорного процесса», «саботаж мирного урегулирования», «саботаж диалога».

Е. Яренчук подчеркивает, что коммуникативный саботаж необходимо рассматривать в трёх аспектах: язык – восприятие – мышление [30, с. 81].

В. Андреева, сравнивая коммуникативный саботаж с языковым сопротивлением, коммуникативной неудачей, манипуляцией, речевой демагогией, конфликтом, речевой агрессией, приходит к выводу, что саботаж объединяет эти виды речевого поведения, но «не является идентичным ни одному из них» [3, с. 87].

Впервые как самостоятельный термин «коммуникативный саботаж» появился именно в статье Т. Николаевой [24], где она выделяет четыре вида коммуникативного саботажа:

- установка на навязывание коммуниканту своего мнения во время обсуждаемой ситуации;
- нежелание дать ожидаемый ответ на вопрос;
- стремление уйти от аспекта беседы;
- желание задеть и обидеть собеседника [24, с. 226].

При обзоре литературы нами обнаружено, что слово «саботаж» встречается в разнообразных исторических, военных, социально-политических

контекстах и может относиться и к совершенно радикальным действиям, например, насильственный протест, разрушения, неповиновение, подрывная деятельность.

Однако стоит отметить, что в статье “How to Sabotage a Meeting” [31] Альфред Флейшман перечисляет составляющие «саботирования»:

- перебивание;
- отвлечение собеседника от того, о чем он рассказывает, по сути, смена темы;
- нарушение собранности собеседника;
- опровержение того, что говорит собеседник;
- высмеивание;
- резкое прерывание коммуникации [31, с. 341–344].

Также хочется отметить книгу «Выиграть может каждый: Как разрешать конфликты» Хелены Корнелиус и Шошаны Фэйр [20]. По их мнению, саботажники во время общения используют угрозы, приказы, негативную критику, оскорбительные прозвища, слова-«должники», сокрытие важной информации, допрос, похвалу с подвохом, диагноз мотивов поведения, несвоевременные советы, отказ от обсуждения вопроса, смену темы.

Постараемся выделить основные **причины** процесса **саботирования**:

- а) внешние – нарушение коммуникативных норм и правил поведения в конкретной ситуации общения;
- б) внутренние – защитная реакция (часто агрессия как ее разновидность), вызванная вторжением в личную сферу.

В последнее время все больше исследователей обращаются к проблеме коммуникативных стратегий и тактик, которые оказывают влияние на саботажника. Резюмируя разные определения коммуникативной стратегии, можем подчеркнуть, что выбор стратегии и тактики, планирование и реализация зависят от конкретной коммуникативной ситуации и отношений участников ситуации.

Стратегии и тактики коммуникативного саботажа служат для «оказания скрытого противодействия» в диалоге [3, с. 4].

Понятие «стратегия» изначально не является лингвистическим: оно было заимствовано из **военного искусства** [3, с. 26]. Стратегия понималась как «составная часть военного искусства, его высшая область, охватывающая теорию и практику подготовки страны и вооруженных сил к войне, планирование и ведение стратегических операций и войны в целом» [25, с. 282]. Под «стратегией» также понимается «искусство руко-

водства общественной и политической борьбой; общий план ведения этой борьбы, исходящий из расстановки и соотношения основных политических сил на данном этапе исторического развития» [9, с. 325].

Сегодня термин «стратегия» используется в разных науках и сферах жизни:

Управление	«Всесторонний план достижения миссии и целей организации, описывающий распределение ресурсов и порядок действий во внешней среде для обеспечения наилучшей конкурентной позиции» [13, с. 412].
Политика	«Общая цель движения и общие принципы и способы ее достижения», реализующаяся через «идеологические теории, манифесты, общие программы политических партий и элит», а тактика представляет собой «дробление стратегического процесса на этапы или элементы, представляющие собой одновременно самостоятельные процессы и моменты целого» [27, с. 238].
Международные отношения, дипломатия	«Дипломатия указывает цели стратегии, которая является к тому же одним из способов действий дипломатии и продолжением ее усилия» [5, с. 36].
Лингвистические, прагматические и когнитивные исследования	«Тип поведения одного из партнеров в конкретной ситуации диалогического общения, который обусловлен и соотносим с планом достижения коммуникативных (или глобальной) целей в рамках типового фреймового сценария» [7, с. 29]; коммуникативная стратегия «говорящего состоит в выборе коммуникативных намерений, распределении квантов информации по коммуникативным составляющим и выборе порядка следования коммуникативных составляющих» [29, с. 38]; «часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели» [7, с. 30].

В основе саботажа лежит несогласие. В организациях есть кто-то, кто не согласен с деятельностью руководства. И этот кто-то недостаточно

смел, чтобы выражать свое несогласие или противодействовать открыто.

Признаки саботажа:

- остановка развития компании или подразделения;
- падение показателей эффективности;
- отсутствие инициативы у сотрудников (сотрудники больше времени стали проводить в Интернете и за кофе);
- напряженная эмоциональная обстановка в коллективе;
- двойная мораль – на совещаниях, в беседах с руководством говорится одно, в неформальной обстановке или в отсутствии руководителя – противоположное;
- разделение коллектива на группы, которые между собой не общаются или пребывают в стадии скрытого конфликта;
- появление деструктивных неформальных лидеров, которые манипулируют мнением коллег;
- служебные интриги.

Причины саботажа:

- несоответствие корпоративной культуры и личностных ценностей при формировании команды (когда на работу принимают «не тех людей»);
- отсутствие программ развития и мотивации персонала;
- отсутствие доверия к сотрудникам;
- слабый руководитель, который не способен эффективно управлять;
- личный конфликт – невозможность или нежелание нескольких сотрудников договориться между собой и наладить конструктивные отношения;
- карьерные амбиции подчиненного, выражающиеся в желании «подсидеть» босса.

Никто не застрахован от саботажа. Любой сотрудник может даже по самому пустяковому поводу обидеться на руководство или коллег, а затем совершить настоящую диверсию: уничтожить чрезвычайно важную информацию, разослать непристойные письма. Очевидно, что ущерб в этом случае может варьироваться от испорченного рабочего климата до финансовых потерь.

Самосаботаж – всего лишь средство, которое имеет несколько причин, но чтобы их определить рассмотрим «механизмы пассивности», которые делают невозможным эффективное достижение целей:

Ничего неделание. Это классическая форма пассивности, которую еще иногда называют

ленью. В этом случае человек часто употребляет словосочетания «я попробую, я попытаюсь».

Сверхадаптация. Это люди, которые нужны всем, кроме самих себя. Они всегда при деле, всегда заняты, делают что-то для других, хлопот, бегают по чужим делам, но ничего не делают для своего собственного успеха.

Ажитация. Ярким примером этого типа являются орущие на стадионах болельщики, когда футболист забивает мяч, или ревущая толпа, внимающая кумиру. Это искусственно созданное возбуждение, при помощи которого люди обеспечивают себе некую активность, эмоциональное возбуждение, при этом ничего не делают для самих себя.

Грандиозомания. Это тип людей, которые занимают свой ум грандиозными замыслами, по сравнению с которыми повседневные дела кажутся полной ерундой. Нужно отметить, что все эти планы и идеи остаются исключительно в голове.

Насилие. Это способ отвлечься от собственных неудач и нежелания что-то менять. Выказать агрессию по отношению к окружающим и выместить на них свое недовольство и таким образом почувствовать себя хоть в чем-то сильнее.

Беспомощность. Отличный способ ничего не менять, снимать с себя ответственность и портить жизнь окружающим, которые становятся жертвой

их эмоционального шантажа, проявляют желание помогать и спасать беспомощного ближнего.

Вывод и предложения. Можно сделать вывод, что относительно коммуникативных процессов *тактика* – часть стратегии, обозначающая совокупность приемов и средств в достижении намеченной цели в рамках выбранной стратегии, а *стратегия* предполагает планирование.

Саботаж – умышленно-недобросовестное исполнение обязанностей, уклонение от работы или злостный срыв работы при соблюдении видимости выполнения ее, а также стремление помешать осуществлению чего-нибудь при помощи скрытого, замаскированного противодействия.

Коммуникативный саботаж – коммуникативный и психологический прием оказания речевого воздействия на собеседника, который предполагает скрытое сопротивление и направленный на игнорирование высказываний собеседника.

Таким образом, в процессе работы с теоретической литературой по теме данного исследования выявлено, что по стратегическому речевому воздействию написаны многочисленные научные исследования и научно-популярные пособия, руководства, однако по стратегиям и тактикам коммуникативного саботажа относительно немного исследований, тем более на украинском языке.

Список литературы:

1. Андреева В. Коммуникативный саботаж в ряду смежных речевых явлений (сопоставление с конфликтом, речевой агрессией, коммуникативным давлением). *Современные проблемы науки и образования. Филологические науки*. 2014. № 1. С. 144–147.
2. Андреева В. Коммуникативный саботаж как средство реагирования в ситуации речевой провокации. *Теория языка и межкультурная коммуникация*. 2016. № 3 (22). С. 16–22.
3. Андреева В. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Курск, 2009. 211 с.
4. Андреева В. Речевой жанр коммуникативного саботажа. *Вестник Тамбовского университета. Гуманитарные науки*. 2009. № 2 (70). С. 30–32.
5. Бабицкий К. Как побеждать. Конструктор стратегии и тактики. 2012. 310 с.
6. Буренина Н. Коммуникативные стратегии диалога: гендерный аспект. *Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения* : материалы IV Международной научно-практической конференции. Москва : РУДН, 2010. С. 159.
7. Василина В. Понятия стратегии и тактики в прагмалингвистике. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. Серия 1 «Филология». 2006. № 1 (21). С. 28–37.
8. Веблен Т. Инженеры и ценовая система / под науч. ред. А. Смирнова. Пер. с англ. И. Кошкина. Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. 112 с.
9. Вишнякова С. Профессиональное образование : словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика. Москва : НМЦ СПО, 1999. 537 с.
10. Власян Г. Стратегия уклонения от прямого ответа в разговорном дискурсе. *Вопросы когнитивной лингвистики. Языкознание*. 2013. № 4 (037). С. 76–81.
11. Гнездилова Л. Лингвистический репертуар средств выражения тактики смягчения категоричности ответа в рамках стратегии коммуникативного уклонения. *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2017. Вып. 6 (183). С. 9–13.
12. Головаш Л. Коммуникативные средства выражения стратегии уклонения от прямого ответа: на материале английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Кемерово, 2008. 22 с.
13. Дорофеева Л. Основы теории управления: УМК для студентов, обучающихся по направлению «Управление персоналом» для подготовки бакалавров. Саратов, 2015. 433 с.

14. Епишкин Н. Исторический словарь галлицизмов русского языка. Москва : ЭТС, 2010. 5140 с.
15. Ерманова Б. Коммуникативные стратегии и тактики прерывания речевого общения в английской коммуникативной культуре. *Политическая лингвистика*. 2014. № 2 (48). С. 223–228.
16. Иссерс О. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 8-е изд., испр. и доп. Москва, 2017. 308 с.
17. Кашкин В. Введение в теорию коммуникации. 5-е изд., стер. Москва : Флинта ; Наука, 2014. 223 с.
18. Кириллова Н. Коммуникативные стратегии и тактики с позиции нравственных категорий. *Вестник Нижегородского государственного технического университета им. П. Е. Алексеева*. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». 2012. № 1. С. 26–33.
19. Корнелиус Х., Фэйр Ш. Выиграть может каждый: Как разрешать конфликты. Пер. П. Патрушева. Москва : Стрингер, 1992. 213 с.
20. Кравец М. Коммуникативная стратегия: систематизация определений, подходы к разработке. *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия «Экономика и управление». 2013. № 1. С. 149–153.
21. Малышева О. Коммуникативные стратегии и тактики в публичных выступлениях (на материале речей американских и британских политических лидеров). *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2009. Вып. 96. С. 206–209.
22. Никитина Е. О типологии коммуникативных стратегий в сферах сознания. *Scripta linguisticae applicatae. Проблемы прикладной лингвистики*. Москва : Азбуковник, 2001. Вып. 2 / отв. ред. Н. Васильева. 2004. С. 363–372.
23. Николаева Т. О принципе некооперации и/или о категориях социолингвистического воздействия. *Логический анализ языка: Противоречивость и аномальность текста* / отв. ред. Н. Арутюнова. Москва : Наука, 1990. С. 225–234.
24. Словарь военных терминов / сост. А. Плехов. Москва : Воениздат, 1988. 335 с.
25. Словарь иностранных слов современного русского языка / сост. Т. Егорова. Москва : Аделант, 2014. 800 с.
26. Словарь по политологии / под ред. В. Коновалова. Ростов-на-Дону : Изд-во РГУ, 2001. 285 с.
27. Шмелев В. Коммуникативные стратегии в англоязычном дискурсе. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Иностранные языки*. 2012. № 1 (2). С. 414–418.
28. Янко Т. Коммуникативные стратегии русской речи : научное издание. Москва : Языки славянской культуры, 2001. 382 с.
29. Яренчук Е. Когнитивная природа коммуникативного саботажа. *Теория языка и межкультурная коммуникация*. 2013. № 1 (13).
30. Fleishman A. How to sabotage a meeting. *ETC : A Review of General Semantics*. 1967. Vol. 24. № 3. P. 341–344.

Vusyk H. L. WAYS OF EXPRESSING STRATEGIES OF COMMUNICATIVE SABOTAGE

The article deals with the psycho-emotional state of the saboteur. The emphasis is about negative emotions that lead to verbal aggression. The author describes strategies of communicative sabotage and reveals various ways of their expression. The reasons for the use of communicative sabotage technique are analyzed, their components are designated. There are four types of communicative sabotage: setting to impose your opinion on the communicant during the discussed situation, the reluctance to give the expected answer to the question, the desire to get away from the aspect of the conversation, the desire to hurt and offend the interlocutor. Communicative sabotage is compared with language resistance, communicative failure, manipulation, speech demagoguery, conflict, speech aggression. It is also pointed out that sabotage combines these forms of speech behavior, but is not identical to any of them.

The relevance of the study is that communicative sabotage can not occur spontaneously, it is meaning of self-defense, as well as a way to show their indignation, irritation, indignation and can lead to verbal aggression. It manifests itself when corporate culture and personal values do not match when forming a team, when there is no program for development and motivation of personnel, and when there is no trust in employees. Sabotage can be observed in the team, where is a weak leader who is not able to manage effectively. Speech sabotage can also have a personal conflict, when there is an inability or unwillingness of several employees to agree among themselves and establish constructive relations.

In recent years, more and more researchers are turning to the problem of communication strategies and tactics that have an impact on the saboteur. Summarizing the different definitions of communicative strategy, we can emphasize that the choice of strategy and tactics, planning and implementation, depends on the specific communicative situation and the relations of the participants of the situation.

As a result, communicative sabotage can be understood as a method of providing verbal influence on the interlocutor, which involves hidden resistance and is aimed at ignoring statements.

Key words: *sabotage, communicative sabotage, sabotage, self-sabotage, strategy, tactics, language resistance, communicative failure, manipulation, speech demagoguery, language conflict, speech aggression.*