

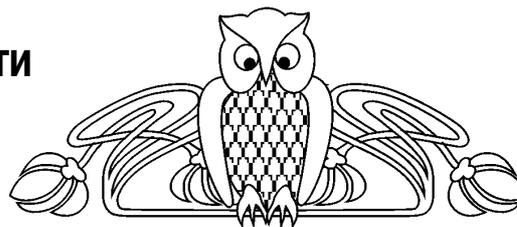


УДК 1'38:070

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ ОТКРОВЕННОСТИ В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

М. М. Наумова

Волгоградский государственный социально-педагогический университет
E-mail: naumovamm@gmail.com



В статье выявляется специфика откровенного разговора в различных жанрах масс-медиа, предлагается определение телеинтервью в стиле откровенного разговора, уточняются его жанрообразующие признаки и рассматриваются стратегии и тактики, применяемые тележурналистами для максимального раскрытия личности собеседника.

Ключевые слова: откровенность, масс-медийный дискурс, речевые жанры, исповедальное телеинтервью, стратегии и тактики.

Specific Features of Realization of Frankness in the Mass-mediated Discourse

М. М. Naumova

In the article the researcher identifies the peculiarity of a sincere conversation in different mass media genres; a definition of a TV-interview in the sincere conversation style is offered, its genre features are specified; such strategies and tactics are reviewed that TV journalists employ to bring out the interlocutor's personality to the utmost degree.

Key words: frankness, mass-media discourse, speech genres, confessional TV interview, strategies and tactics.

Сложность рассмотрения откровенности в масс-медийном пространстве обусловлена тем, что сегодня под средствами массовой информации понимается множество разнообразных медиапродуктов, включающих печать, радио, телевидение, Интернет, которые образуют объемное информационное пространство. Кроме того, медиатексты тиражируются и распространяются быстрыми темпами, превышая при этом общий объем речевых произведений в других сферах жизнедеятельности человека.

Важным для рассмотрения специфики реализации откровенности в масс-медийном дискурсе является признак массовости адресата, публичный характер медиакommunikации, так называемый фактор двойного адресата¹, поскольку наряду с непосредственными участниками коммуникации существуют читатели, слушатели, зрители, которым адресуются медиатекст. Несомненную трудность для исследователя также представляет разнообразие жанров масс-медиа, несводимых в единую для рассмотрения плоскость. Для целей нашего исследования наибольший интерес представляют такие жанры, как исповедь в периодической печати², теле-/радиоинтервью в стиле откровенного разговора, интернет-блог, интернет-форум и др. Очевидно, что каждый из перечисленных жанров имеет свою дискурсивную

специфику, в частности, Интернет позволяет сохранять анонимность автора, что предоставляет комфортные условия для адресанта, поскольку его откровенность не может быть использована против него. Исповедь в периодической печати представляет собой заранее подготовленный и отредактированный текст, что сближает его с литературными жанрами «мемуары» или «автобиография», откровенность лишена спонтанности и искренности, характерной для живого общения. Радио- и телеинтервью являются звучащими медиатекстами и, на наш взгляд, в большей степени соотносятся с повседневной межличностной коммуникацией, представляя собой специфический аналог доверительного общения. Поясним, что в структуре доверительного общения выделяются два коммуниканта: доверитель – человек, который доверяет лично значимую информацию, и конфидент – человек, которому доверяется информация. Кроме того, релевантным признаком доверительного общения является значимость доверяемой информации – сообщение личной, интимной, как правило, не пригодной для общественной огласки или обсуждения информации.

Интерес к личной жизни знаменитостей обусловливает появление целого ряда передач в жанре откровенного телеинтервью («Наедине со всеми», «Открытый разговор», «Женский взгляд», «Временно доступен», «Как на духу», «Жена», «Школа злословия» и т. д.). Исследователями выделяется особый речевой жанр масс-медийного дискурса – «исповедальное телевизионное интервью», «где процесс получения и ретрансляции информации в коммуникативном треугольнике “ведущий и герой – аудитория” задается предметом и объектом речи (откровения известной личности), интенцией ведущего (максимальное раскрытие личности собеседника) и фактором двойного адресата (ориентация на публичное высказывание и учет аудитории в качестве участника общения)»³. Мы разделяем точку зрения Н. Н. Панченко, что «не всякая откровенность есть откровенность исповедальная», поскольку исповедь предполагает максимальную степень искренности, «перевод глубоких, внутренних (скрытых) переживаний на поверхностный (открытый) уровень общения»⁴.

Используя существующие дефиниции телеинтервью⁵, можно, на наш взгляд, определить телеинтервью в стиле откровенного разговора как тип диалогического медиатекста, пред-



полагающий устное общение журналиста с респондентом/-ами, структурированный в виде последовательности вопросно-ответных единств, целью которого является максимальное раскрытие личности собеседника.

Представляется, что общим признаком, сближающим открытый разговор в доверительном повседневном общении и в медиакommunikации, является тематика сообщения (референт), т. е. характер информации – обсуждение событий частной жизни, признание и объяснение мотивов неблаговидных поступков, раскрытие сокровенных мыслей и чувств. Мы согласны с Н. Н. Панченко, что «если в рамках массмедийного дискурса в той или иной степени условно допустима такая значимая характеристика доверительного общения, как особенность доверяемого содержания (его значимость для доверяющего), отчасти искренность и откровенность адресанта, то такой признак, как приватность/конфиденциальность общения, не выполняется в рассматриваемом виде дискурса»⁶. Что касается интенций коммуникантов, то они имеют некоторые отличия в сравниваемых видах общения: в доверительном повседневном общении целеустановка доверителя – самораскрытие, выполняющее функции психологической разрядки, восстановления душевного равновесия, установления эмоционального контакта с собеседником, целеустановка героя телеинтервью не всегда направлена на искреннее самораскрытие, «обнажение души», а зачастую обусловлена PR-стратегией и рекламными интересами. Роль конфиданта в ситуации откровенного общения в бытовом дискурсе более пассивна (доверитель сам нуждается в подобном общении, эмоционально готов к разговору по душам) в отличие от активной роли ведущего телеинтервью, имеющего интенцию максимального раскрытия личности собеседника и использующего разного рода стратегии и тактики.

Заметим, что сегодня существует множество классификаций стратегий и тактик, применяемых журналистами при ведении интервью. Однако, на наш взгляд, ни одна из них не может охватить полностью всего спектра коммуникативных средств, реализуемых на практике, кроме того, конкретная тактика может варьироваться в зависимости от собеседника. Подчеркнем, что в задачи настоящего исследования не входит систематизация имеющихся в распоряжении журналистов стратегий и тактик ведения интервью, поэтому мы на основе проанализированных классификаций⁷ выделим те коммуникативные тактики и приемы, которые в максимальной степени способствуют достижению цели раскрытия личности героя телеинтервью. Материалом для исследования послужили тексты расшифрованных телеинтервью в жанре откровенного разговора на русском языке, прозвучавших в эфире различных телепередач (2004–2014 гг.), в роли интервьюируемых выступали известные личности.

Прежде всего, следует выделить тактику **установления контакта с собеседником**, которая является тактикой общей, характерной для разного рода интервью, но имеющей огромное значение как для налаживания коммуникативного взаимодействия, так и для раскрытия личности. Зачастую она реализуется в виде речевого акта комплимента или похвалы:

– *Тина всегда была красива / Она всегда была фантастически красива / Но / почему-то / она никогда же этим не пользовалась / Но по радио она повела фантастический штурм последнего бастиона большевизма / это эмоциональная безграмотность* («Временно доступен». Тина Канделаки, 14.02.2010).

Кроме того, на установление контакта с собеседником «работают»:

а) **тактики солидаризации и отождествления**, выступающие средством выражения заинтересованности и позволяющие собеседнику воспринимать журналиста как «своего»:

– *Вы знаете / я с удивлением узнала, что у нас с Вами одно общее пристрастие / Фильм «Большой вальс» / И это на всю жизнь у меня* («Жена». Елена Образцова, 24.02.2012);

б) **тактика адресованности**, в основе которой лежит ориентация на конкретную личность, ее индивидуальность:

– *Как только Вы появились на нашей эстраде / конечно / Вы очень на ней выделялись / Благодаря своему акценту / который в России / как мне кажется / как-то все сразу приняли и / наоборот / даже любили / И ощущали Вас некоторой иностранкой на эстраде / А Вы сами себя ощущали здесь иностранкой / в России?* («Наедине со всеми». Анне Вески, 29.01.2014).

Наибольшим потенциалом для достижения основной цели телеинтервью в жанре откровенного разговора, на наш взгляд, обладают **проективные тактики, которые помогают глубже изучить характер собеседника и продемонстрировать его внутренний мир**. Проективные тактики предоставляют собеседнику неоднозначные стимулы, которые он должен конструировать, развивать, дополнять и интерпретировать:

– *А если бы этого не случилось / что бы случилось бы с Вами и Вашими отношениями?* («Жена». Елена Образцова, 24.02.2012).

Проективные тактики включают в себя:

а) **прием свободных ассоциаций** (побуждает собеседника к размышлению за рамками стереотипов):

– *Скажите / каким бы Вы были цветком, если бы Вы были цветком?* («Школа злословия». Анастасия Волочкова, 25.12.2004).

б) **прием моделирования** (собеседнику предлагается создать и описать гипотетическую ситуацию и сценарий развития событий):

– *Так чего же Вы хотите? Тина Канделаки через 20 лет?* («Временно доступен». Тина Канделаки, 14.02.2010);



– Как вы думаете / если бы не эта авария / Вы бы стали вновь искать общения с папой или он с Вами? («Наедине со всеми». Ирина Скворцова, 05.02.2014).

Немаловажной для раскрытия истинного Я собеседника предстает **тактика провокации**, которая стимулирует собеседника на рефлексию, объяснение или описание события. Под речевой провокацией, вслед за О. Иссерс, понимается целенаправленное, мотивированное, преимущественно контролируемое коммуникативное поведение, направленное на получение информации, которую собеседник не желает сообщать добровольно, либо дестабилизацию его эмоционального состояния⁸. Провокативные приемы и средства, включающие прямые или не прямые провокационные вопросы, лексические средства с нежелательной коннотацией или неприемлемые для собеседника языковые средства и другие, призваны заставить собеседника выйти из подготовленного заранее имиджа и побудить к незапланированной откровенности. Как справедливо отмечает М. М. Лукина, задавая вопрос своему герою, журналист предпочитает, чтобы герой интервью не механически «отработал» задание, а включился в процесс разговора интеллектуально и эмоционально, поразмышлял о спрошенном и выдал информацию сполна⁹.

Прямые провокационные вопросы, обладающие огромным воздействующим потенциалом и ущемляющие имидж собеседника, с позиции этики представляются крайне нежелательными в ходе интервью, однако именно они способствуют «разоблачению» человека, поскольку ставят его в затруднительное положение и выводят из комфортной зоны.

А. Смирнова: *У Вас такие ногти огромные / А как в носу ковыряться?*

Т. Толстая: *А у вас ногти настоящие или накладные?*

А. Волочкова: *Настоящие / конечно.*

Т. Толстая: *А когда ломаются?*

А. Волочкова: *Ломаются? / Они вырастают...*

Т. Толстая: *Ну вот / если один сломался / В смысле все так / а один обломленный?*

А. Волочкова: *Ну / вот так и ходить...*

А. Смирнова: *А / то есть Вы не обстригаете остальные? («Школа злословия». Анастасия Волочкова, 25.12.2004).*

Очевидно, что в данном примере ведущие с помощью достаточно грубых провокационных вопросов пытаются вывести Анастасию Волочкову из комфортной зоны, из созданного ею высокодуховного образа и приблизить ее к реальности, тем самым показать ее «истинное лицо».

К числу тактик, направленных на реализацию стратегической задачи журналиста телеинтервью в жанре откровенного разговора и способствующих раскрытию личности собеседника, также следует отнести

– **тактику уточнения**, которая включает вопросы, направленные на пояснение или дополнение, заострение внимания на деталях, которые на первый взгляд могут быть незначительными и очевидными, но важными для достижения цели интервью:

– *А вот Вы сказали / что Вы после аварии стали как-то иначе смотреть на жизнь / как-то изменился Ваш взгляд? / Как он изменился?* («Наедине со всеми». Ирина Скворцова, 05.02.2014);

– **тактику перефразирования**, которая заключается в повторении идеи, высказанной собеседником:

– *Нет / подождите / разве / извините за грубость / дура может быть примадонной?*

– *Примадонной может быть / а вот артисткой настоящей не может* («Жена». Елена Образцова, 24.02.2012).

Следует также упомянуть, что при сравнении роли прямых и не прямых вопросов в интервью исследователями отдается предпочтение не прямым вопросам, способным «воодушевить героя на откровенные, интимные подробности своей биографии»¹⁰. М. М. Лукина приводит пример интервью Барбары Уолтерс с актрисой Джуди Гарленд, в котором, используя эффект непрямого вопроса, она сумела «вытащить» свою героиню на откровенный рассказ о ее трудном детстве: «На подмошке меня вывела моя мать, она была сущей ведьмой. Когда у меня болел живот и я хотела остаться дома, она мне угрожала, говорила, что привяжет веревками к спинке кровати...»¹¹

Однако справедливости ради следует сказать, что откровенность героя передачи не всегда зависит от использования журналистом тех или иных тактик, и успех телеинтервью в жанре откровенного разговора «измеряется» зрительскими метакоммуникативными высказываниями¹²:

Передача получилась душевной. Юле Меньшовой удалось раскрыть героя на сколько это было возможно. Очень профессионально, но деликатно (<http://www.1tv.ru/prj/inprivate/>);

Юлия очень правильно поступила, показала всем истинную сущность бездарности, которая держит свою известность только на скандалах и необычной для женщины внешности (<http://www.1tv.ru/prj/inprivate/>).

Другими словами, мы разделяем точку зрения Б. Гройса, который отождествляет откровенность с субъективным впечатлением зрителя. В его понимании откровенность есть феномен, манифестируемый наблюдателем как впечатление от неожиданного самораскрытия Другого, когда спадает маска и открывается истинное лицо¹³.

Обобщая все вышесказанное, представляется, что спецификой реализации откровенности в масс-медийной коммуникации, в частности телевизионном дискурсе, является публичный характер откровенности, наличие массового адресата – наблюдателей (зрители в студии и телезрители), от которых зависит окончательный вердикт – со-



стоялся ли откровенный разговор, самораскрытие героя передачи, коммуникативная роль ведущего заключается в стимулировании откровенного разговора с помощью сочетания трех основных тактик – установления контакта, проективных и провокационных тактик.

Примечания

- 1 См.: Голанова Е. Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативная эволюция жанра интервью) // Русский язык сегодня : сб. ст. Вып. 1 / РАН. Ин-т рус. яз. ; отв. ред. Л. П. Крысин. М., 2000. С. 251–259.
- 2 См.: Тертычный А. Жанры периодической печати. М., 2000.
- 3 Мелехова Н. Исповедальное телевизионное интервью как речевой жанр масс-медиа дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ярославль, 2010. С. 7.
- 4 Панченко Н. Исповедь как жанр доверительного общения // Жанры речи : сб. науч. ст. Вып. 7. Саратов, 2011. С. 255.
- 5 См.: Киселева Т. О формах реализации текста телевизионного интервью как разновидности медиатекста //

Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. 2010. Вып. 43. № 13. С. 57–62 ; Мелехова Н. Указ. соч. и др.

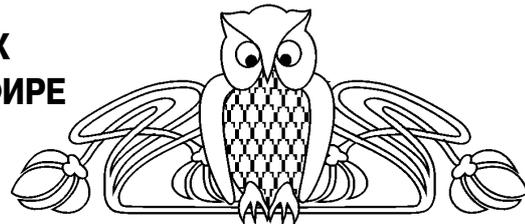
- 6 Панченко Н. Категория «откровенность» в массмедийном дискурсе // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвуз. сб. науч. тр. Вып. 9 / отв. ред. А. Г. Пастухов. Орел, 2011. С. 49.
- 7 См.: Галимова З. Тактики комплимента и похвалы в конструировании «положительного образа» женщины-собеседницы (на материале ток-шоу) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2009 ; Иссерс О. Стратегия речевой провокации в публичном // Русский язык в научном освещении. 2009. № 2. С. 92–104 ; Лукина М. Технология интервью. М., 2003 и др.
- 8 См.: Иссерс О. Указ. соч.
- 9 См.: Лукина М. Указ. соч.
- 10 Там же. С. 63.
- 11 Там же.
- 12 В примерах сохранена орфография и пунктуация авторов.
- 13 См.: Гройс Б. Феноменология медиальной откровенности // Гройс Б. Под подозрением. Феноменология медиа / пер. с нем. А. Фоменко. М., 2006. С. 58.

УДК [811.111'23+811.161.1'23]:070

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ЕДИНИЦ В РАДИОЭФИРЕ

Е. Ю. Викторова

Саратовский государственный университет
E-mail: helena_v@inbox.ru



В статье исследуется функционирование вспомогательных единиц в монологах и диалогах, звучащих на русском и англоязычном радио. В русских передачах эти единицы употребляются чаще и разнообразнее, чем в англоязычных. Диалогическая речь более насыщена вспомогательными единицами разного типа, чем монологическая. Различия между монологом и диалогом ярче проявлены в англоязычных передачах.

Ключевые слова: вспомогательные коммуникативные единицы, дискурсивные слова, фактура речи, радиоречь, монолог, диалог.

Auxiliary Communicative Units' Functioning In the Radio Programmes

E. Yu. Viktorova

The article researches how additional communicative units function in monologues and dialogues that sound on the Russian and English radio. In the Russian broadcasts those units are used more frequently and in more diverse ways than in the English ones. Dialogical speech is filled with more additional units of various types than monological speech. The differences between the monologue and dialogue are more vividly pronounced in the English language broadcasts.

Key words: auxiliary communicative units, discursive words, speech texture, radio speech, monologue, dialogue.

Вспомогательные коммуникативные единицы (далее – ВКЕ) представляют собой класс семантически и структурно разнородных единиц, реализующихся на уровне вспомогательной коммуникативной стратегии. Вспомогательные стратегии, по мнению О. С. Иссерс, способствуют эффективной организации взаимодействия коммуникантов, оптимизируют воздействие на адресата. О. С. Иссерс подразделяет эти стратегии на прагматические (самопрезентация, статусные, ролевые, эмоционально настраивающие стратегии), диалоговые (использующиеся для мониторинга темы, инициативы коммуникантов, степени понимания в процессе общения) и риторические (приемы и техники риторического искусства)¹. ВКЕ разного типа участвуют в реализации всех перечисленных вспомогательных стратегий. Главная роль ВКЕ заключается в помощи коммуникантам в процессе создания, реализации и восприятия дискурса. Эти дискурсивные элементы помогают адресату интерпретировать высказывание адресанта, они экономят его мыслительные усилия при интерпретации смысла высказывания, управляют вниманием адресата. В целом они улучшают качество восприятия дискурса и увеличивают скорость его восприятия².