

УДК 811.111'42 : 81'38 : 811.161.3'42 : 7.097

Е.В. Войтишенюк

*ст. преподаватель каф. белорусского и иностранных языков
Гомельского государственного технического университета имени П.О. Сухого*

**РЕПЕРТУАР РЕЧЕВЫХ ТАКТИК ТЕЛЕВЕДУЩЕГО
В ЖАНРЕ ИНТЕРАКТИВНОЙ ТЕЛЕБЕСЕДЫ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ БЕЛОРУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ)**

Статья посвящена рассмотрению актуального вопроса, касающегося особенностей речевых тактик телеведущего в диффузном жанре интерактивной телебеседы на материале белорусскоязычных телепрограмм в медийном дискурсе. Во введении рассматриваются теоретические подходы к определению такого явления, как жанр, а также лингвистические основания, которые его формируют. Кратко характеризуются понятия дискурса, медийного дискурса, диффузии жанров медийного дискурса. Целью исследования является попытка установить репертуар речевых тактик телеведущего в жанре интерактивной телебеседы на материале белорусскоязычных телепрограмм и интернет-блогов, связанных с ними. В основной части статьи проводится анализ тактик вспомогательных прагматических стратегий, которые использует ведущий телепередачи в своей речи. Были установлены такие вспомогательные тактики прагматической стратегии воздействия в речи ведущего, как просьба, комплимент, вопрос с предысторией и создание/поддержание имиджа гостя, а также проанализированы языковые средства, реализующие эти тактики. Полученные данные могут быть использованы в исследованиях, посвященных лингвопрагматическому контрастивному анализу жанров в публицистических белорусскоязычных текстах медийного дискурса.

Введение

На современном этапе развития инновационных технологий средства массовой коммуникации, такие как печатные издания, радио и телевидение, изменили свой традиционный вид, подключив к своим информационным каналам интернет-портал. В нашем исследовании мы обращаем внимание на малоизученный подтип медийного дискурса – телевизионный дискурс, поскольку телевизионные жанры стали активно проникать в поле интернет-дискурса и взаимодействовать с его жанрами. В результате этого взаимопроникновения развиваются новые гибридные или диффузные жанры. Диффузия жанров в целом определяется нами как процесс взаимодействия и взаимовлияния языковых средств, а также элементов структур двух и более жанров, в результате которого образуется особая жанровая модель, обладающая собственной прагмалингвистической организацией и целью в рамках медийного дискурса.

В данном исследовании под диффузией жанров мы понимаем процесс взаимодействия жанров, относящихся к разным типам дискурса: «телебеседа» и «интернет-блог», – ведущий к возникновению особой жанровой модели, именуемой как «интерактивная телебеседа», обладающей собственной прагмалингвистической организацией и целью в рамках медийного дискурса. Анализ проводится на материале белорусскоязычной телепрограммы «Дыя@-блог», которая представляет собой беседу на актуальные темы между ведущим и приглашенным гостем.

Одним из каналов связи с аудиторией являются блоги, в которых ведущие объявляют темы программ, обсуждают важные общественные проблемы и отвечают на вопросы телезрителей. Цель жанра интерактивной телебеседы – вовлечь адресата в активную коммуникативную деятельность с тем, чтобы заинтересовать, просветить и стиму-

Научный руководитель – Е.В. Сажина, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой английского языка Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины

лизовать желание общаться в рамках обсуждаемой темы посредством таких каналов, как интернет-блог и телепрограмма.

В результате диалога со зрителем через комментарии в блогах рождаются темы новых выпусков передач. Поскольку одной из задач жанра интерактивной телебеседы является привлечение аудитории к участию в дискуссии онлайн или посредством блога, нужно отметить, что запросы телезрителей являются тем главным ориентиром, на который опирается автор (ведущий/блогер) телепрограммы. Поэтому в ходе телебеседы ведущий заинтересован организовать диалог с приглашенным в студию гостем так, чтобы не только представить его с положительной стороны, но и стимулировать к ответу на актуальные вопросы телезрителей, т.е. максимально реализовать потребности аудитории. Для осуществления успешного речевого воздействия, эффективность которого определяется мерой совпадения цели воздействия и его результата [1, с. 48], ведущему телепрограммы необходимо владеть коммуникативными стратегиями и тактиками. Мы согласны с мнением Е.В. Лавренко, которая, ссылаясь на таких исследователей, как О.Я. Гойхман, Г.А. Золотова, О.С. Иссерс, Т.Н. Никульшина, Е.М. Верещагин, Е.В. Клюев, А.В. Уржа, делает вывод о том, что коммуникативная стратегия включает в себя комплексное планирование процесса воздействия на адресата в процессе речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения, личных особенностей партнеров по коммуникации, их коммуникативных целей, прогнозирование результатов общения, а также осуществление этого плана. Коммуникативные тактики являются практически инструментами говорящего и выражают (в отличие от стратегии) отдельные коммуникативные намерения адресанта. Тактика направлена на определенные аспекты модели мира адресата и его психики (знания, оценки, желания). Суть применения конкретной тактики заключается в том, чтобы изменить конфигурацию этих параметров в направлении, желательном для отправителя сообщения, усилить какое-либо желание, изменить оценки, трансформировать образ какой-либо ситуации. Тактика представляет собой комплекс речевых приемов построения текста, которые позволяют достичь поставленных целей в конкретной ситуации общения на некотором этапе коммуникации [2, с. 24]. При этом тактики (в отличие от стратегий) можно выявить посредством анализа текста [3, с. 446], поскольку каждая тактика актуализуется с помощью определенного набора языковых средств. Тактика может в большей степени, чем стратегия, меняться в зависимости от условий общения.

По мнению О.С. Иссерс, с функциональной точки зрения можно выделить основные (семантические и когнитивные) и вспомогательные (коммуникативно-ситуационные) речевые стратегии. Мы будем рассматривать прагматические стратегии, которые относятся к вспомогательным и способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия. К прагматическим стратегиям О.С. Иссерс относит стратегию самопрезентации, статусные и ролевые стратегии, эмоционально-настраивающие стратегии и др. Коммуникативная ситуация диктует выбор речевого акта, оптимального с точки зрения интенции говорящего [4, с. 107].

Результаты исследования и их обсуждение

Анализируя белорусскоязычные телепрограммы, мы отмечаем, что для организации вопросов, оставленных в блоге телезрителями, ведущий реализует тактики вспомогательных прагматических стратегий, которые провоцируют приглашенного гостя отвечать на вопросы максимально развернуто. Проанализировав 12 стенограмм белорусскоязычных телепрограмм «Дыя@блог», мы отмечаем речевые тактики прагматических стратегий ведущего: *просьба (намек, подсказка к выполнению); комплимент; вопрос с предысторией; создание/поддержание имиджа гостя.*

Рассмотрим примеры реализации каждой тактики в речи телеведущего в белорусскоязычном варианте жанра интерактивной телебеседы.

1. *Вопрос с предысторией (заведомо известной информацией).* В данном случае ведущий может поделиться с аудиторией произошедшим с ним случаем, рассказать, где он побывал, чтобы задать вытекающий из этого вопрос. Эта тактика может использоваться, чтобы просто поддержать тему диалога, уточнить информацию, выразить мнение или сделать комплимент. Это отступление ведущего может быть связано или не связано с приглашенным гостем в зависимости от цели, которую ставит перед собой ведущий. Например, в одной из телепрограмм Анатолий Зэков рассказывает, как они с Наумом Гальперовичем посетили объединение, членом которого является приглашенный гость писатель Владимир Цанунин. Ведущий выражает свое позитивное отношение к тому, чем занимается это объединение (эмоционально окрашенные прилагательные **вельмі так цікавае; плённае аб'яднанне**), заверяет аудиторию, что выступления писателей похожи на настоящие концерты (**Гэта, сапраўды, не проста выступленні пісьменнікаў, гэта канцэрты сапраўдныя**), что и подтверждает сам гость:

Анатоль Зэкаў: – Дарэчы, вот мы з Навумам таксама неаднойчы былі ў Карнавухавай там на «Жывіцы», **вельмі так цікавае, плённае аб'яднанне**. Не толькі, так сказаць, вы збіраецеся там разам, але вы **яшчэ выступаеце з канцэртамі, ездзіце. Гэта, сапраўды, не проста выступленні пісьменнікаў, гэта канцэрты сапраўдныя**.

Уладзімір Цанунін: – Яно і сапраўды канцэрты.

Анатоль Зэкаў: – Дзе ёсць і музыка, і песні, дзе ёсць і сцэнарыі свой.

Уладзімір Цанунін: – Ёсць, абавязкова.

В примере мы видим такие языковые средства, как наречие **сапраўды**, а также повторяющееся однокоренное с ним прилагательное **сапраўдныя**, которые, на наш взгляд, выражают солидарность собеседника по поводу обсуждаемой темы концертов; также мы видим модальную выделительную частицу **не проста (выступленні)** и затем повтор указательного местоимения **гэта**, которые придают весомость высказыванию, эмоциональность. Такие языковые средства направлены на то, чтобы выразить согласие, убедить телезрителя в сказанном и тем самым повлиять на его мировоззрение.

2. *Просьба* (намеки, подсказка к выполнению, навязывание инициативы) реализуется, когда ведущий приглашает участника прокомментировать обсуждаемое событие, привести пример, представить свое творчество (если приглашенный – поэт), или исполнить песню. Это выражается в основном глаголами в повелительном наклонении (**раскажыце, дакажыце**), глаголами разрешения (**можасце, быць здольным**):

Алёна Трацэнка: – Я бачу, што побач з удзельнікамі гурта сядзіць Андрэй Макарэвіч. Яму таксама цікава было даведацца, што ж гэта за гурт такі «Ліцвіны»? **Раскажыце пра творчасць**.

Алёна Трацэнка: – Уладзімір, пра што спявае ваша душа? **Вы можасце нават спець, зараз**.

Уладзімір Бербераў: – Ну... Куплет няю, так.

Навязывание инициативы с призывом к речевому действию ярко демонстрирует следующий пример, где глаголы **пакажыце, дакажыце** стоят в повелительном наклонении, после чего мы видим более вежливую просьбу **калі ласка, мы хочам паслухаць**:

Навум Гальперовіч: – Ну, Уладзімір Ефімавіч, ну вось усё-такі, сапраўды, **пакажыце, дакажыце**, што беларусы лепш за ўсё жартуюць самі пра сябе, таму што вашы карацелькі, вашы такія, вось скажам, кароткія вершы, яны як раз адпавядаюць гэтай жанру. **Калі ласка, мы хочам паслухаць**, і нашы тэлегледачы, я думаю, таксама.

Просьба может выражаться имплицитно. Например, простым предложением, выражающим желательное действие, которое не было совершено:

Алёна Трацэнка: – Уладзімір, а наконт трасянкi ў народных песнях мы **яшчэ не пагаварылі**.

Уладзімір Бербераў: – А вось наконт трасянкi. Ведаеце што?

Мы видим наречие и глагол в отрицательной форме **яшчэ не пагаварылі**, которые выражают приглашение осветить вопрос о трасянке (можно заменить на «Давайте поговорим еще насчет трасянки»). И приглашенный гость откликается на предложение, продолжает тему, как будто вопрос был ожидаем: **А вось наконт трасянкi. Ведаеце што?**

Также просьба может содержаться в ответной реплике ведущего как реакция и призыв не совершать некое речевое действие (например, не пугать прогнозом):

Уладзімір Бербераў: – Ой, гадоў, – страшна падумаць.

Алёна Трацэнка: – **Не пужайце**.

3. *Комплимент.* Compliments experts are encountered as from the name of the host, as well as from the audience. Compliment is more often expressed by adjectives in comparative or superlative degree in combination with substantives, adjectives with adverbs, expressing the degree (**надзвычай пазітыўны**), word combinations, such as the verb of the state **ведаюць** and the substantive **многія** – **ведаюць многія** (i.e. you are quite a well-known person). Sometimes, the compliment of the host and the audience coincides, as in the following example:

Навум Гальпяровіч: – Ну вось, Андрусь, калі мы размясцілі ваш партрэт на маім блогу, калі размясцілі ваш кліп, то аказваецца, **вас ведаюць многія**, і маладыя, і вось які водгук мы атрымалі пра вас. І мне прыемна будзе, калі нашы глядачы ўбачаць, як вас аценьваюць: «Мы проста не маем права забыць мову нашых продкаў, даводзіць іх памяць. А Андрусь – **надзвычай пазітыўны і харызматычны, можна зрабіць** для сваёй краіны **вельізарны прарыў** – зрабіць беларускую мову моднай». ...Ваш прыклад і, як наш інтэрнэт-карыстальнік гаворыць, дае падставу думаць пра гэта. **І я згодны, у прынцыпе, з тым, што напісаў наш інтэрнэт-карыстальнік**.

Так как ведущий использует глагол **згодны** по поводу комплимента телезрителя, то тем самым он присоединяется к мнению адресанта, выражая согласие с тем, что написал интернет-пользователь (**І я згодны, у прынцыпе, з тым, што напісаў наш інтэрнэт-карыстальнік**).

4. *Создание (поддержание) имиджа гостя.* Следует отметить, что в белорусскоязычной программе тактика поддержания (создания) имиджа широко применяется. Это связано с желанием просветить народ и показать, что в Беларуси много достойных и выдающихся личностей. Следующий пример является тому доказательством:

Алена Трацэнка: – Вольга Аляксееўна, ваша імя **шырока вядома** не толькі студэнтам, настаўнікам беларускай мовы, але і ў навуковым свеце гэта імя **знаёмае і значнае**: **кіраўнік чатырох праектаў, аўтар больш за тры сотні работ на розных галінах мовазнаўства, незлічонае мноства вучэбных дапаможнікаў з грыфам міністэрства адукацыі**. І ўсё гэта дзеля?

Вольга Ляшчынская: – Ну, па-першае, хацелася б сказаць, што ўжо занадта так прадставілі мяне, **хоць гэта канстатацыя факта**.

Из примера видно, что имя профессора Ольги Лещинской широко известно, об этом говорят прилагательные **шырока вядома** (імя), **знаёмае і значнае** (імя). В подтверждение сказанному автор использует числительные, усиливающие создание положительного образа: **чатырох** (праектаў), **больш за тры сотні** (работ), **незлічонае мноства** (вучэбных дапаможнікаў).

Заклучение

Проанализированный нами материал показал, что в белорусскоязычных телепрограммах реализуются следующие тактики прагматической стратегии воздействия в речи ведущего: просьба, комплимент, вопрос с предысторией и создание (поддержание) имиджа гостя. Просьба выражается такими языковыми средствами, как глаголы в повелительном наклонении и глаголы разрешения. Для комплимента характерны прилагательные в сравнительной или превосходной степени в сочетании с существительными, прилагательные с наречиями, выражающими степень, а также глаголами умственного состояния в сочетании с существительными. Вопрос с предысторией предусматривает наречия, модальные выделятельные частицы, повторы. Создание (поддержание) имиджа выражается прилагательными, количественными числительными, усиливающими создание положительного образа. Мы предполагаем, что выбор наиболее эффективных речевых прагматических тактик по отношению к приглашенному гостю не только оказывает желаемое воздействие на него, но также создает у телезрителя прогнозируемое положительное отношение к гостю и к передаче в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ермолаев, Б. А. Целеобразование в коммуникации / Б. А. Ермолаев // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наукка, 1990. – С. 46–55.
2. Лавренко, Е. В. Языковое воплощение коммуникативных стратегий в экономическом дискурсе (на материале британского и американского вариантов английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. В. Лавренко. – Минск, 2008. – 120 л.
3. Золотова, Г. А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г. А. Золотова, Н. К. Оніпенко, М. Ю. Сидорова. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 1998. – 528 с.
4. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 4-е изд. – М. : УРСС, 2006. – 288 с.
5. Дзя@блог Р.С. [Электронны рэсурс] / Нац. дзярж. тэлерадыёкампанія Рэсп. Беларусь, тэлеканал Беларусь 3. – Мінск, 2015. – Рэжым доступу: http://aumgal.blogspot.com.by/p/blog-page_12.html. – Дата доступу: 12.12.2015.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 15.02.2016

Vaitsishaniuk E.V. Repertoire of Speech Tactics of TV Presenter in the Genre of Interactive TV-discussion in the Media Discourse (Based on the TV Programmes in the Belarusian Language)

The article is devoted to the actual question concerning the peculiarities of speech tactics of the presenter in the diffuse genre of interactive TV discussion on the material of Belarusian TV programmes and Internet blogs associated with them in the media discourse. The approaches to the definition of such a phenomenon as a genre from the linguistic point of view were discussed in the introduction. The concepts such as discourse, media discourse, and diffusion of genres in media discourse, speech strategies and tactics were briefly characterized in the paper. In the main part of the article the tactics of supporting pragmatic strategies used by the presenter of TV discussions in his speech were identified. They are such tactics as request, compliment, question with a prehistory, creation / maintenance of the guest's image. The linguistics means that implement these tactics were analyzed. The results we obtained can be used in studies on the linguistics and pragmatic contrastive analysis of journalistic texts in the genres of media discourse in Belarusian language.