

УКД 800.372.8

ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ ДИСКУРС В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

© 2008 Н.А. Мелехова

Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского

Поступила в редакцию 28 марта 2008

Аннотация: Целью данного исследования является описание телевизионного дискурса в речевом жанре интервью и реализация этого жанра в рамках стратегий и тактик коммуникативного поведения телеведущих с учетом тематической специфики портретного интервью исповедального типа и фактора двойного адресата. Материалом для исследования послужили видеозаписи и скрипты текстов российских телепередач, записанных в период с 2004 по 2008 гг. («Школа злословия», «На ночь глядя», «Ночной полет», «Женский взгляд», «Кумиры»).

Ключевые слова: дискурс, речевой жанр, интервью, массовая коммуникация, коммуникативное поведение, коммуникативная компетентность, фактор двойного адресата, фрейм.

Abstract: The aim of the study is to describe television discourse in the speech genre of interview and realization the one in the context of strategies and tactics of TV presenter's communicative behavior taking into account the specific subject of confession interview-portrait and the factor of double addressee. The videotape recordings and scripts of the Russian television programmes (for examples, "School of backbiting", "At this time of night", "Night flight", "Female view", "Idols") constituent the subject for the study.

Key-words: discourse, speech genre, interview, mass communication, communicative behavior, communicative competence, factor of double addressee, frame.

Важнейшей характеристикой современного телевизионного сообщения является доминирование личностного начала в подаче информации. В компетенции творческой деятельности журналиста оказываются все этапы работы: от замысла проекта до создания текста. Автор телепередачи самостоятельно осваивает и оценивает реальную ситуацию общения, формируя на ее основе индивидуальный языковой материал.

Реагируя на эту тенденцию в подаче журналистского сообщения, коммуникативная лингвистика, являющаяся особым разделом языкознания, особое внимание уделяет анализу коммуникативного поведения языковой личности в условиях конкретных коммуникативных актов. Под «коммуникативным поведением» понимается «совокупность норм и традиций общения опреде-

ленной лингвокультурной общности» [1, 279-282]. Наиболее полно ситуация общения реализуется в такой устной форме массовой коммуникации, как интервью. Оно имеет определенное время, место, участников, цели, обстоятельства общения и позволяет исследовать речевое поведение ведущего, собеседника и восприятие интервью телезрителями – равноправными участниками общения.

Современные исследователи предлагают рассматривать интервью в рамках телевизионного дискурса – «опыта мышления относительно определенной области объектов» [2, 34], который доступен как отправителю телесообщения, так и его адресату. Такой подход позволяет охарактеризовать определенный жанр телеинтервью как «горизонт ожидания для слушающих и модель построения для говорящих» [3, 24].

Актуализация жанра интервью-портрета исповедального типа на современном телевидении

обусловлена психологическими установками, заданными требованиями современной зрительской аудитории. Герой в портретном интервью исповедального типа является источником сведений, личностью, интерпретирующей события, воплощающей в себе черты времени и экзистенциальные ценности человечества. Поэтому исповедальное интервью, как часть телевизионного дискурса, универсально в своем воздействии на аудиторию: оно несет в себе определенную информацию (реализуя информативный аспект дискурса), предлагает зрителям своеобразную модель поведения человека в той или иной ситуации (реализуя прагматический аспект дискурса), формирует определенную систему социально-культурных мотивов.

Необходимо также отметить, что авторы исповедальных телепередач – достаточно заметные личности современного социума, имеющие имиджевый паспорт и модель речевого поведения, они определяют для своей аудитории систему требований, обеспечивающих коммуникативную компетентность современной языковой личности. Последнее выражается в том, что телеведущий, приближаясь в своих коммуникативных параметрах к «эталонному» поведению, тем самым предлагает телезрителям определенную языковую и социальную программу поведения.

Телеинтервью (*inter-view* – «между-взгляд») представляет собой ситуацию производства знаний, в которой знания создаются между взглядами двух партнеров в их разговоре [4, 290]. Однако конструирование знаний не заканчивается на взаимодействии интервьюера и его собеседника, но продолжается в процессе просмотра и интерпретации интервью телезрителями. Этот сложный треугольник отношений (журналист – гость студии – телезрители) подчиняется многим экстралингвистическим факторам массового и межличностного общения. Журналист выстраивает интервью с учетом того, что его видят и слышат телезрители; в свою очередь, телезрители воспринимают телеинтервью в ряду других сообщений массовой информации. Таким образом, чтобы прояснить природу порождения и восприятия интервью, необходимо оценить экстралингвистические обстоятельства протекания общения и расширить понимание природы «разговорной реальности» в целом. А она такова, что «мы существуем в разговорном мире, где наше понимание мира людей зависит от разговора, а наше понимание разговора основано на нашем понимании мира людей. Это не порочный круг, а *circulus fructuosis* (плодотворный круг), поэтому проблема не в том, как выйти из разговорного круга, а в том, как в него правильно войти» [4, 293].

С этой точки зрения, для адекватного исследования телеинтервью необходим дискурсивный подход, при котором, в отличие от текстового подхода, предметом исследования становится не результат речевой деятельности – текст – а само речевое поведение участников общения, понимаемое как «эмпирически наблюдаемая, мотивированная, намеренная, адресованная коммуникативная активность индивида в ситуации речевого взаимодействия, связанная с выбором и использованием речевых и языковых средств в соответствии с коммуникативной задачей» [5, 190].

Перенос акцента с текста на самого говорящего делает актуальными вопросы порождения текста: его замысел, конструирование, отбор тематических элементов. Традиционно они не относились к области лингвистических исследований. Так, Т.В. Винокур в своей книге «Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения» отмечает: «Если обращение к мотивировке действий языковой личности нарушило первую заповедь стилистики (изучать лишь вербальный результат в его коннотативном содержании: как, а не почему), а обращение к самой личности (кто) – вторую, то обращение к содержанию высказываний, демонстрирующих взаимодействие говорящего и слушающего, которое формирует вариант речевого поведения, нарушает третью ее заповедь: изучать как, а не что» [6, 75].

Однако, при дискурсивном подходе к телеинтервью, как к ситуации общения, имеющей определенные время, место, участников общения, цели и обстоятельства общения, необходимо исследовать не только речевое поведение ведущего, но и восприятие этого поведения. Дело в том, что телеинтервью протекает одновременно и как межличностное контактное общение собеседников в студии, и как опосредованное дистантное общение с массовым адресатом, поэтому без учета адресата как равноправного участника общения описание интервью невозможно.

Исходя из этих позиций, комплексный анализ телепередач учитывает наряду с особенностями коммуникативного поведения самого ведущего еще и характеристики аудитории данных передач. В данном случае целесообразно обратить внимание на фактор двойного адресата, учитывая тот факт, что взаимопонимание между участниками передачи и аудиторией обеспечивается процессом взаимоинтерпретации речевых поступков. Ведущий или герой в этой ситуации выстраивает свою речь и изображение героя таким образом, чтобы задействовать определенные когнитивные структуры памяти (фреймов, сценариев и т. д.) аудитории. Таким образом, аудитория может «считывать» и интерпретировать предложенные ей модели.

Эта возможность телезрителей декодировать вербализованный в тексте фрагмент действительности говорит, по мнению А.Е. Кибрика, о возможности реконструировать мыслительный процесс говорящего на основании эмпирического языкового материала [7, 299] и свидетельствует о существовании «устойчиво закрепленных шаблонных блоков типового текущего сознания». Данное положение позволяет говорить о стереотипности тематики интервью и способов (стратегий) ее вербализации в повторяющихся ситуациях социального взаимодействия.

Применительно к телевизионному дискурсу [9, 34] под «социально закрепленным способом общения по поводу определенной предметной области в определенной ситуации» понимается определенный речевой жанр интервью и интервью рассматривается в рамках определенных «дискурсивных практик». Дискурсивные практики – это «тенденции в использовании близких по функции, альтернативных языковых средств выражения определенного смысла» [10, 89]. Совокупность дискурсивных практик образует дискурс – «вербализованный опыт мышления относительно определенной области объектов» [2, 34], организованный в рамках соответствующих стратегий.

Эти данные позволяют нам рассматривать телеинтервью как жанр в рамках определенного дискурса, который задается предметом речи, авторской оценкой и фактором адресата.

*Мелехова Н.А.
Ярославский государственный педагогический университет.
Ассистент кафедры теории коммуникации и рекламы, факультета русской филологии и культуры.
nmelekhova@mail.ru*

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И.А. О понятии коммуникативного поведения / И.А. Стернин // *Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung*. – Halle, 1989.
2. Булатова А.П. Концептуализация знания в искусствоведческом дискурсе / А.П. Булатова // *Вестник МГУ. – Сер. 9. Филология*. – 1999. – № 4.
3. Гайда Ст. Жанры разговорных высказываний / Ст. Гайда // *Жанры речи: Сборник науч. ст.* – Саратов: Колледж, 1999.
4. Квале С. Исследовательское интервью / С. Квале. – М.: Смысл, 2003.
5. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика / И.Н. Борисова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 2001.
6. Винокур Т.В. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т.В. Винокур. – М.: Наука, 1993.
7. Кибрик А.Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (универсальное, типовое и специфическое в языке). 2-ое изд. – М.: Эдиториал УРСС, 2001.
8. Попова Т.И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте / Т.И. Попова. – СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2002.
9. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: Учеб. пособие / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001.

*Melekhova N.A.
Yaroslavl State Pedagogical University.
Assistant of Department Theory of Communication and Advertising, Faculty of Russian Philology and Culture.
nmelekhova@mail.ru*