

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ РЕЧЕВОЙ ТАКТИКИ «СОЗДАНИЯ ИМИДЖА ГОСТЯ» В ЖАНРЕ ИНТЕРАКТИВНОЙ ТЕЛЕБЕСЕДЫ

Е. В. Войтишенюк, А. А. Киселькова

*Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Е. В. Войтишенюк

В современном компьютерном мире инновации достигли такого успеха, что живое общение переходит на второй план, так как все новости и необходимую информацию можно узнать не из газет, как это было раньше, а из интернет-источников. Однако основные стратегии СМИ – воздействие и информирование – остались прежними. Цель данной работы – установить языковые средства проявления прагматической стратегии и ее тактик «создание имиджа» и «самопрезентации» эксперта, приглашенного для участия в телебеседе. Задачей исследования является сравнить тактики проявления данной стратегии от разных участников телебеседы. Исследование проводилось на материалах белорусскоязычных программ «Дыяблог пра мову».

Как отмечают исследователи Е. С. Кубрякова и Л. В. Цурикова, в настоящее время масс-медийный дискурс особенно актуален, так как сегодня деятельность средств массовой информации рассматривают не только как информационную, но и как когнитивно-дискурсивную, т. е. как «средство разъяснения и популяризации, передачи особым образом обработанной, препарированной и представленной информации особому – массовому – адресату с целью воздействия на него» [1, с. 128]. В СМИ воздействующая функция языка трансформируется в новую функцию, становление которой связывают именно со средствами массовой информации. Эта функция проявляется в том, что «посредством информирования осуществляется управление коллективным адресатом, т. е. контролирование и регулирование поведения огромных масс людей» [1, с. 155]. СМИ моделируют у массового адресата соответствующую картину мира.

В системе медийного дискурса особое место занимают жанры, находящиеся в развитии, или гибридные жанры. В нашем исследовании мы рассматриваем гибридный жанр интерактивной телебеседы. Цель телебеседы в нашем исследовании – через представление информации о приглашенном госте, о сфере его деятельности, продемонстрировать белорусский язык с наилучшей стороны и способствовать расширению сферы его использования.

Известно, что одной из характеристик любого жанра является категория адресата и адресанта. В нашем случае гость, участвующий в телебеседе, является адресантом, т. е. он предлагает информацию, отвечая на вопросы телезрителей. Чтобы вызвать интерес у зрителя, гость должен быть в чем-то уникальным, иметь статус или

имидж. Известно, что имидж складывается из многих составляющих: манер, внешности, поступков, и, конечно, особенностей речи. О. С. Иссерс предлагает два пути создания имиджа. С одной стороны, автор в своей речи может акцентировать специфические особенности собственной личности, с другой – политик обычно выбирает для себя роль (или роли) и соответствующую ей речевую «маску». Выбор осуществляется на основе прогнозирования аудитории, ее ожиданий и по сути является коммуникативной стратегией. Приемы, избираемые для ее реализации, определяются нами как *речевая тактика*. Основанием для эффективной речевой манипуляции являются когнитивные категории базового уровня. В частности, к этому типу следует отнести категорию, обозначенную нами как «свой круг». Дихотомически противопоставленные концепты «свой» – «чужой» позволяют установить отношения между говорящим, его собеседником и третьими лицами. В этой системе координат автор осуществляет самопрезентацию, очерчивая «свой круг» и каждый раз заново (в соответствии с коммуникативной задачей ситуацией) разграничивая «своих» от «чужих». Приемы формирования семантики «своего круга» весьма разнообразны. В самом общем виде можно выделить 2 тактики: 1) обозначить «чужих»; 2) обозначить «своих» [2].

Для участия в телепередаче «Дыяблог пра мову» приглашаются люди, имеющие авторитет по обсуждаемому вопросу, чье мнение и опыт могут воздействовать на представления телезрителей. Например, в одной из таких телебесед в качестве приглашенного гостя выступает Григорий Сериков. Тема беседы обозначена в самом начале разговора:

Алёна Трацэнка: – Зразумела, гаварыць мы сёння будзем пра гісторыю беларускай мовы. Згодны?

Рыгор Серыкаў: – Безумоўна [3].

Ведущий представляет Серикова как *заместителя декана* заочного факультета Гомельского государственного университета имени Францыска Скарыны, сообщает, что он *кандидат филологических наук, доцент кафедры белорусского языка*. Такие статусно-ориентированные существительные создают имидж приглашенному гостю, а значит, это располагает зрителя доверять информации, которую он будет сообщать в ходе беседы. В течение телебеседы ведущий задает вопросы, ответы на которые способствуют поднятию интереса у телезрителей. В телепередаче рассказывается история языка:

Рыгор Серыкаў: – Беларуская мова, наводле ўсіх вядомых звестак гістарычных, наводле думкі заснавальніка беларускай філалогіі Яфіма Федоровіча Карскага, пачала развівацца з 14 стагоддзя [3].

Также мы видим интересные моменты развития белорусского языка:

Алёна Трацэнка: – Якая ж мова старэйшая: беларуская ці польская?

Рыгор Серыкаў: – Польская мова захавала вельмі многа старажытнасці, вельмі многа архаічнасці.

Алёна Трацэнка: – А чаму так атрымалася?

Рыгор Серыкаў: – Насавыя галосныя, якія там існуюць, яны адзіныя ў славянскіх мовах, і палякі іх захавалі [3].

Телеведущий просит рассказать о личном отношении, подходе гостя к белорусскому языку, что также придает статусность белорусскому языку через мнение гостя, обладающего определенным имиджем:

Алёна Трацэнка: – Рыгор, мае пытанне падтрымлівае і наш глядач Максім Лебедзеў. «Ад каго вы пачулі беларускую гаворку і якім было Ваша першае беларускае слова? Якая яна – беларускаць Рыгора Серыкава? Дзякуй вялікі!»

Рыгор Серыкаў: – *Мае першае беларускае слова, як у вогулле першае слова, гэта слова «дзед». Бо да 3-х гадоў я выхоўваўся ў дзядулі і бабулі у Магілёўскай вобласці. А беларускаць – гэта гледзячы, што укладываць у гэта паняцце. Мая беларускаць гэта памяць пра ВКЛ, 1-ю Рэч Паспалітую, гэта наша мова. Я ёю карыстаюся [3].*

В разговоре участвуют не только ведущий и гость, но и телезрители. В передаче поступает много вопросов, например:

Алёна Трацэнка: – *Рыгор, нашы зацікаўленыя гледачы, наведывальнікі блога, ніколі не застаюцца у баку ад размовы і вось першае пытанне ад Анатоля: (скажу толькі, што ўсе выказванні з блога мы падаем у тым выглядзе, у якім нам пытанні ці цытаты прапанавалі самі гледачы). «Даўно скончыў універсітэт, але мяне і па сёння цікаваць пытанні пра мову. Вас, Рыгор, ведаю ў якасці выкладчыка маеі дачкі, яна вучыцца на філалагічным. Польская мова ей чамусьці цяжка даецца. Можжа б вы падавалі курс у параўнанні з беларускай мовай, як блізкай да польскай. А мне цікава, якая мова старэйшая». Вось тут і парады, і прапановы, і пытанні [3].*

Таким образом, все эти примеры свидетельствуют о том, что телезрителям, которые не занимаются этим профессионально, также интересна эта тема.

В современном мире люди постоянно подвергаются воздействию других культур. Но очень важно развивать свой язык, делать его более популярным в своей стране и за рубежом. Не забывать о том, что такое родной язык, очень важно, этому и способствует создание таких телепередач, как интерактивная телебеседа.

Литература

1. Кубрякова, Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности / Е. С. Кубрякова, Л. В. Цурикова // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – Ч. 2. – 2004. – С. 126–160.
2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 4-е изд. – М. : УРСС, 2006. – 288 с.
3. Дыя@блог P.S. / Нац. дзярж. тэлерадыёкампанія Рэсп. Беларусь, тэлеканал Беларусь 3. – Минск, 2015. – Режим доступа : http://aumgal.blogspot.com.by/p/blog-page_12.html. – Дата доступа: 10.01.2016.