

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО И ТИПОЛОГИЧЕСКОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

Е. В. Войтишенюк

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ИНТЕРАКТИВНЫХ СООБЩЕНИЙ
В КОММУНИКАТИВНОМ СУБПРОСТРАНСТВЕ
ЖАНРА ИНТЕРАКТИВНОЙ ТЕЛЕБЕСЕДЫ

В статье проводится анализ тактико-стратегического потенциала интерактивных сообщений в диффузном жанре интерактивной телебеседы в телевизионном дискурсе. Целью исследования является попытка выявить схожие и отличительные особенности интерактивных сообщений в двух разноязычных телепрограммах и интернет-блогах, связанных с ними. Актуальность исследования обусловлена тем, что диффузные жанры, формирующиеся в современных условиях развития массовой информации, являются мало изученными в лингвистике и смежных науках.

В современных условиях развития массовой коммуникации особое внимание уделяется изучению медийного дискурса в рамках сравнительно-сопоставительного языкознания, социолингвистики, психолингвистики, когнитивной лингвистики и некоторых других наук [1, с. 63; 2]. С появлением разных видов интернет-коммуникации поиск новых жанровых форм представления информации адресату становится все более актуальным. Это значит, что рамки медийного дискурса значительно расширяются. Например, телевизионный дискурс как подтип медийного дискурса взаимодействует с интернет-дискурсом с целью усиления воздействия на телеаудиторию, заимствуя такой его жанр, как интернет-блог. Данное взаимодействие стимулирует интеракцию между коммуникантами, в результате чего появляются новые диффузные жанры медийного дискурса [3, р. 83–84; 154]. В фокусе данного исследования находится диффузный жанр интерактивной телебеседы в телевизионном дискурсе. Материалом исследования послужили интерактивные сообщения (ИС) англоязычных телебесед телепрограммы *Questions and Answers* и блога *Q&A* [4], а также сообщения белорусскоязычных телебесед программы *Дыя@Блог* и связанных с ней блогов (например, *Дыя@блог P.S.* [5], *Блог Алены Траценка*). Целью работы является выявление тактико-стратегического потенциала интерактивных сообщений (ИС) в рамках коммуникативного субпространства диффузного жанра интерактивной телебеседы (ИТ).

Анализ практического материала показал, что структурная организация жанра интерактивной телебеседы имеет три этапа: подготовительный, основной и рефлексивный (табл. 1):

Многоступенчатая структура жанра интерактивной телебеседы

Жанр интерактивной телебеседы			
Этап	Жанр	Канал	Участники коммуникации
1. Подготовительный	Интернет-блог	Интернет	1. Ведущий/блогер → читатель 2. Читатель ↔ гость ↘ ведущий/блогер
2. Основной	Телепрограмма (прямой эфир)	Телевидение + блог и другие интерактивные каналы связи	1. <i>Англоязычная телепрограмма:</i> ведущий ↔ гость ↔ зрители в зале ↕ телезритель 2. <i>Белорусскоязычная телепрограмма:</i> ведущий ↔ гость ↔ телезритель
3. Рефлексивный	Интернет-блог	Интернет	Телезритель ↔ блогер

Результаты коммуникативных взаимодействий участников на всех этапах структурной организации ИТ позволяют предположить, что данный диффузный жанр характеризуется наличием в нем трех коммуникативных субпространств: блога, телепрограммы и интерактивных сообщений, отправляемых через другие интерактивные каналы связи. Все три субпространства взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом. Внутри каждого субпространства происходит коммуникативное взаимодействие участников, или интеракция. Для описания особенностей коммуникации в каждом субпространстве мы частично использовали классификацию Дж. Томсона, который выделяет три вида интеракции: непосредственную, то есть лицом к лицу; опосредованную (через дополнительный канал связи) и опосредованную квази-интеракцию (нерефлексивные сообщения) [6]. Однако в нашей работе под интеракцией мы рассматриваем коммуникацию в узком смысле слова, то есть ту, которая осуществляется через дополнительный канал связи. С этой позиции сообщения, оставленные в интернет-блоге до или после программы, а также те, которые поступают в прямой эфир, мы называем интерактивными. Общение участников между собой мы обозначаем как коммуникативное взаимодействие (КВ), которое может быть непосредственным, прямым или опосредованным, то есть интерактивным. М. Толбэт указывает на вариативность, или микшированность интерактивных взаимодействий [3]. Именно эта особенность характерна для исследуемого жанра интерактивной телебеседы.

Каждому коммуникативному субпространству исследуемого жанра свойственны определенные виды коммуникативных взаимодействий. Например,

непосредственное/опосредованное (по способу установления и удержания контакта, то есть личностное взаимодействие или через канал связи), оперативное/неоперативное (прямая/непрямая трансляции), обязательное/необязательное (необходимость взаимодействия), активное/пассивное (участие всех коммуникантов), рефлексивное/нерефлексивное (наличие реакции на сообщение).

Т а б л и ц а 2

Коммуникативные субпространства жанра интерактивной телебеседы и их особенности

№	Коммуникативное субпространство	Модели коммуникации	Виды коммуникативных взаимодействий (КВ) в субпространствах жанра интерактивной телебеседы
1	Блог	Сообщения телезрителей блогеру/ведущему/будущему гостю-эксперту <i>до телепрограммы</i> .	Опосредованное, обязательное, неоперативное (не в прямом эфире), рефлексивное (в телепрограмме), пассивное КВ.
		Сообщения телезрителей <i>после телепрограммы</i> в блог.	Опосредованное, необязательное, неоперативное, пассивное, нерефлексивное КВ.
2	Телепрограмма	А) Английская телепрограмма: ведущий – гости – эксперты (более 2-х гостей) – зрители в зале.	А) Непосредственное, оперативное, активное, рефлексивное, обязательное КВ между ведущим, гостем и зрителями в зале.
		Б) Белорусская телепрограмма: ведущий – гость/эксперт (не более 2 гостей).	Б) Непосредственное, оперативное, рефлексивное, обязательное, активное КВ.
3	Интерактивные сообщения телезрителей в прямом эфире телепрограммы, отправляемые через блог, мини-блог «Твиттер», социальные сети и смс-сообщения.	А) Английская телепрограмма: телезрители оставляют сообщения в прямом эфире телепрограммы. Ответная реакция не предполагается. Б) Белорусская телепрограмма: телезрители оставляют сообщения в прямом эфире телепрограммы. Ответная реакция предполагается.	А) Опосредованное, оперативное, необязательное, пассивное, нерефлексивное КВ (квази-интеракция). Б) Опосредованное, оперативное, необязательное, пассивное, рефлексивное КВ.

В фокусе данного исследования находится представленное в табл. 2 коммуникативное субпространство № 3, а именно опосредованные, оперативные ИС телезрителей, отправляемые в эфир телепрограммы. Анализ показал, что ИС в разноязычных телепрограммах имеют общие и отличительные черты. С одной стороны, такие сообщения являются опосредованными, необязательными, оперативными, а также пассивными, поскольку не все телезрители их отправляют. С другой стороны, ИС имеют различия,

обусловленные особенностями технической формы их представления в программах на разных языках. Так, в англоязычной телепрограмме «Q&A» они транслируются на экран телевизора/монитора, создавая определенный коммуникативный фон и воздействуя на аудиторию. Однако реакция на ИС со стороны ведущего или гостей телепрограммы в англоязычной версии не предполагается, то есть они нерефлексивны. Мы полагаем, что это связано с большим количеством ИС (на одну телепрограмму в среднем более 80), а также со скоростью их появления. Еще одна особенность англоязычных ИС заключается в отсутствии узконаправленного адресата. Такую опосредованную коммуникацию, признаками которой является монологичность, нерефлексивность и отсутствие конкретного адресата, Дж. Томсон называет квази-интеракцией [6].

В белорусскоязычной телепрограмме *Дыя@Блог* ИС телезрителей *озвучиваются телеведущим, но не отображаются на экране*. Они адресованы ведущему или гостю-эксперту и являются рефлексивными. Количество ИС в белорусскоязычных телепрограммах меньше, чем в англоязычных (на одну телепрограмму – 2–3 ИС).

Следует отметить, что ИС многофункциональны. Они выполняют фатическую функцию, функцию солидаризации, объединяя телезрителей в процессе коммуникации за счет преодоления дистанции и времени, а также реализуют разные речевые стратегии, на которых мы остановимся более подробно.

1. Речэтикетная стратегия может реализовываться тактиками приветствия, тактикой благодарности и пожелания. Следует отметить, что тактика прощания не свойственна ИС. Тактика приветствия и благодарности широко используется в двух программах:

Hi, guys. The discussion is hot today. ‘Привет, друзья. Беседа сегодня будет жаркой’ [англоязычные интерактивные сообщения, далее – АИС].

Прывітанне спадарам Зэкаву і Гальперовічу з Гродна [белорусскоязычные интерактивные сообщения, далее – БИС].

Thanks Anastacia – great vision for Queensland. You go girl! ‘Спасибо, Анастасия – отличная перспектива для Квинслэнда’ [АИС].

Дыя@блог P.S.: Дзякую за мову і перадачу [БИС].

Следует отметить, что тактика пожелания типична для белорусскоязычных сообщений: *Шмат дабрыві і спагады, добра!* [БИС].

2. Стратегия информирования реализуется тактикой фактологического информирования и предположения/мнения. В последующем примере адресант выражает несогласие в форме вопроса *Why Is It so?* ‘Почему это?’ и далее дает точную информацию по теме: *Dr Julius Sumner Millar’s famous invitation into thinking Maths and Science* ‘Почему это? Знаменитое приглашение доктора Джулиуса Самнера Миллара в размышление о математике и науке’ [АИС]. **Тактика мнения** также реализует стратегию информирования: *I think the key 2 kids enjoying maths is making connections to the real world.* ‘Я думаю, что двум детям нравится математика именно потому, что она соединяет их с реальным миром’ [АИС].

Иногда стратегия информирования может иметь творческие формы высказывания, например, форму стихотворения:

*Калыханка роднаму слову
Валілася ў прорву ў сваім адчуванні
Такой непатрэбнасці слова майго...
Нібыта душа змізарнела дазвання,
Нібыта спаліў яе чорны агонь... [БИС].*

Для англоязычной интерактивной телебеседы подобные сообщения не свойственны и в нашем исследовании не встречались.

3. Оценочная стратегия может быть положительной либо отрицательной. Положительно-оценочная стратегия реализуется тактикой положительной оценки, тактикой похвалы или комплимента. Отрицательно-оценочная стратегия осуществляется с помощью тактик отрицательной оценки, упрека, оскорбления. Для англоязычных ИС тактика отрицательной оценки людей наиболее ярко проявлена через использование негативно окрашенной лексики, так, что граничит с прямым оскорблением личности: *Boswell is the angry old man that yells at clouds / Furbal*. ‘Босуэлл – сердитый старик, который кричит с облаков / Фёбэл’ [АИС]. *Ron Boswell is a dinosaur. He is just ignorant and spreading misinformation. He is a moron* ‘Рон Босуэлл – динозавр. Он просто невежественен и распространяет дезинформацию. Он придурок’ [АИС].

В последующем примере для усиления негативной оценки австралийских политиков использована градация, когда автор сначала негативно высказывается в адрес австралийских политиков (используя метонимию – *Австралия нуждается в новых очках*). Далее негативное суждение о близорукости политиков (*it is seriously short sighted* ‘у нее серьезная близорукость’) сменяется выводом о том, что они и вовсе слепы (*obviously blind* ‘явно слепые’): *Australia needs new glasses because it is seriously short sighted and politicians obviously blind* ‘Австралия нуждается в новых очках, потому что у нее серьезная близорукость, а политики явно слепые’ [АИС].

Для белорусскоязычных ИС не характерны оскорбления и проявления открытой агрессии. Преобладает тактика положительной оценки. В последующем примере вместе с оценочной стратегией реализуется стратегия информирования: *Чытаю зараз «Казкі з гербарыя» сыну. Падабаецца вельмі. Таццяна* [БИС]. Пример демонстрирует точное название книги, а также положительную оценку через эмотивный глагол *падабаецца* и наречие *вельмі*, что привлекает внимание других читателей и вызывает желание прочесть книгу. В следующем примере мы отмечаем положительную оценку ситуации, касающуюся развития родного языка в стране: *Дзякуй Богу! Адраджаецца наша мова!* [БИС].

Положительная оценка личности, граничащая с тактикой комплимента, типична для белорусских ИС: *Анатоль вельмі гаваркі і таленавіты...* [БИС].

В последующем примере адресант реализует тактику положительной оценки и комплимента экспертам. Положительная оценка организации их работы выражена прилагательным *great* ‘отличный’ и наречиями *very well* ‘очень хорошо’: *A great panel and very well facilitated* ‘Отличная группа экспертов, и очень хорошо подготовлена. Поздравляю’ [АИС]. Схожий пример отмечается в белорусскоязычной программе, где тактика комплимента переросла в похвалу: *Вядучыя – малайцы!* [БИС].

Тактика упрека, направленная в адрес политика Рона Босуэлла, реализует оценочную стратегию в последующем примере: *Annastacia Palaszczuk points out what Ron Boswell has missed: “The world is changing” / Matthew Ruffin* ‘Анастасия Палашук указывает на то, что Рон Босуэлл упустил: «Мир изменяется» / Мэтью Руффин’ [АИС]. В белорусской программе тактика упрека не проявляется так явно, как в английской программе: *Пародыі часцей за ўсе цікавыя літаратарам і паэтам, а не простаму чытачу* [БИС]. В данном примере упрек имплицитно выражен в форме мнения о том, что простому читателю неинтересно читать жанр пародии.

В англоязычных сообщениях стратегия оценки личности реализуется тактикой обвинения. Так, пример демонстрирует, что автор сообщения не верит словам политика (Рона): *Sorry Ron but since you miffed up your refugee numbers I trust nothing of your energy cost numbers / Philip Moore* ‘Извини, Рон, но, поскольку ты раздул свою статистику относительно беженцев, я не верю ни единому твоему показателю касательно цен на энергопотребление / Филипп Мур’ [АИС]. В примере видно, что глагол *trust* с последующим отрицательным местоимением и предлогом *nothing of* ‘ни единому из’ усиливает эффект недоверия. В аргументации также использован глагол с негативным значением *miffed up* ‘раздувать’, что дает адресату понять, что Рон – лжец: *since you miffed up your refugee numbers* ‘поскольку ты раздул свою статистику относительно беженцев’ (подразумевается: «ты лжец, и я тебе больше не верю»).

4. Стратегия побуждения к действию представлена тактикой рекомендации/совета, просьбы). Рассмотрим тактику рекомендации/совета: *Час змяніць інтэр’ер студыі. Патрэбна больш хатні. У вас афіцыяльны. Дзякую!* [БИС]. В данном примере автор начал с аргументации своего последующего совета, используя в начале предложения фразу *час змяніць*, в котором выражена констатация факта и призыв изменить интерьер студии. Последующий совет сменить стиль студии выражается наречием *патрэбна*, выражающим состояние необходимости, после чего следует аргументация совета – *у вас афіцыяльны* (подразумевается: «у вас официальный стиль студии, а нужно более домашний, поэтому поменяйте интерьер»). В англоязычном примере совет выражен модальным глаголом *should* и перерастает в упрек (о чем говорит использование негативно окрашенной лексики): *Boswell should be less concerned about coal mines closing, and more worried about his supply of BULLSHIT!* ‘Босуэлла следовало бы меньше волноваться о закрытии угольных шахт и больше беспокоиться о той ерунде, которую он

говорит!» [АИС]. Рассмотрим пример, в котором реализуется **тактика просьбы** не цитировать больше статистику Алана Джонса: *No, don't quote Alan Jones' stats, we already know they're false!* ‘Нет, не цитируйте статистику Алана Джонса, мы уже знаем, что она ложная!’ [АИС]. Последующая аргументация просьбы *we already know they're false!* ‘мы уже знаем, что она ложная!’ усиливает отрицательную оценку личности Алана Джонса, напоминая о том, что он лжец. **Призыв к действию** указывает на абсурдность ситуации, реализуется через модальный глагол *let's* ‘давайте’ и местоимение **все** в следующем примере: *Let's all just hug trees and bake cakes with rainbows and smiles* ‘Давайте все просто *обнимать деревья и печь торты из радуги и улыбок*’ [АИС]. Метафоры *hug trees, bake cakes with rainbows and smiles* ‘обнимать деревья и печь торты из радуги и улыбок’, означающие невозможность реализации этих действий, выражают одновременно сарказм и укор.

В белорусскоязычном примере цель призыва – донести до людей мысль о важности родного языка: *Грамадзяне! Зразумейце – пакуль ёсць мова, ёсць народ!* [БИС].

5. Стратегия оппозиционирования характерна только для англоязычных ИС. Она реализуется тактиками сомнения, недоверия, опровержения и тактикой возмущения (указания на абсурдность ситуации), которые могут тесно граничить между собой. Например, несогласие, возмущение и ирония проявляются в следующем примере: *South Australian windmills cost 520 jobs in coal mines? Which mines? Sounds like made up bullshit* by Boswell / Jennainai Jennifer Hornberg. ‘Южно-австралийские ветряные мельницы стоят 520 рабочих мест в угольных шахтах? В каких шахтах? Похоже, это выдуманная ерунда от Босуэлла / Дженнифер Хорнбер’ [АИС]. Рассмотрим еще несколько примеров.

Тактика опровержения информации: *If you look at the coal life cycle – from mine to fire – it costs ALOT more than \$30 kWh* ‘Если вы посмотрите на жизненный цикл угля – начиная с шахты, заканчивая огнем – стоимость всего этого ГОРАЗДО больше 30 долларов США’ [АИС].

Тактика возмущения: *So miners are investing in renewables but we shouldn't?!* ‘Шахтеры инвестируют в возобновляемые источники энергии, а мы не должны?!’ [АИС].

6. Стратегия запроса информации выражается тактикой постановки вопроса: *Чаму сёння не выдаецца зборнікаў класічнай літаратуры для дзяцей з прыгожымі малюнкамі?* [БИС]. Англоязычным ИС не характерна стратегия запроса информации, поскольку сообщения нерелексивны. Сообщения в форме вопросительных высказываний, появляющиеся на экране, чаще выполняют другие функции (например, упрека, негодования, удивления: *Using Drama in Mathematics?* ‘Использовать драму в математике?’). В белорусскоязычных программах ИС релексивны, поэтому для них типична тактика постановки вопроса. Она реализуется вопросительными высказываниями, имеющими свои отличительные структурные особенности, которые будут рассмотрены более подробно в следующих исследованиях.

Таблица 3

Коммуникативные тактики стратегического потенциала англоязычных
и белорусскоязычных интерактивных сообщений

Стратегии	Тактики	Англоязычные интерактивные сообщения, %	Белорусскоязычные интерактивные сообщения, %
Речезыкетная стратегия	приветствие	1,4	7,5
	пожелание	0	5
	благодарность	0	17,5
Стратегия информирования	фактологическая информация	6	5
	предположение	6	0
	информирование	7,2	10
	мнение	1,2	
Стратегия запроса информации	вопросы	3,6	16
Стратегия побуждения к действию	совет/рекомендация	4,8	5
	призыв к действию	3,6	2
	просьба	2,4	0
Положительно-оценочная стратегия	положительная оценка, одобрение	4,8	22,5
	похвала	1,2	2,5
	комплимент	1,2	5
Отрицательно-оценочная стратегия	отрицательная оценка, неодобрение	23	0
	упрек	4,8	2,5
	оскорбление	3,6	0
	обвинение	1,2	0
	негодование	1,2	0
	критика	3,6	0
Стратегия оппозиционирования	опровержение	4,8	0
	возмущение	9,6	0
	сомнение	3,6	0
	недоверие	1,2	0
Всего		83 тактики – 100 %	40 тактик – 100 %

Анализ ИС позволил сделать вывод о том, что они представляют собой коммуникативное субпространство жанра ИТ, взаимосвязанное с двумя другими его субпространствами, – телепрограммой и интернет-блогом. Сравнительно-сопоставительный анализ ИС на двух разных языках показал, что сообщения реализуют опосредованное, оперативное, необязательное коммуникативное взаимодействие. В англоязычной телепрограмме ИС

неоперативны, в то время как являются оперативными в белорусскоязычной телепрограмме. Англоязычные ИС не имеют узконаправленного адресата, а белорусскоязычные чаще узконаправленны. ИС многофункциональны, что позволяет описать их особенности с точки зрения тактико-стратегического потенциала, который представлен следующими стратегиями: речезтикетной, оценочной, стратегией побуждения к действию, стратегией информирования, запроса информации и стратегией оппозиционирования. Как видно из диаграммы (рис. 1) и вышеприведенной табл. 3, в англоязычных сообщениях на фоне всех стратегий наиболее явно реализуется отрицательно-оценочная стратегия (37,4 %) и такие ее тактики, как негативная оценка, упрек, оскорбление, критика. Исходя из данных диаграммы (рис. 1), видно, что стратегия информирования находится на втором месте (20,4 %). Третью позицию по степени реализации занимает стратегия оппозиционирования (19,20 %), за которой следует стратегия побуждения к действию (10,8 %).

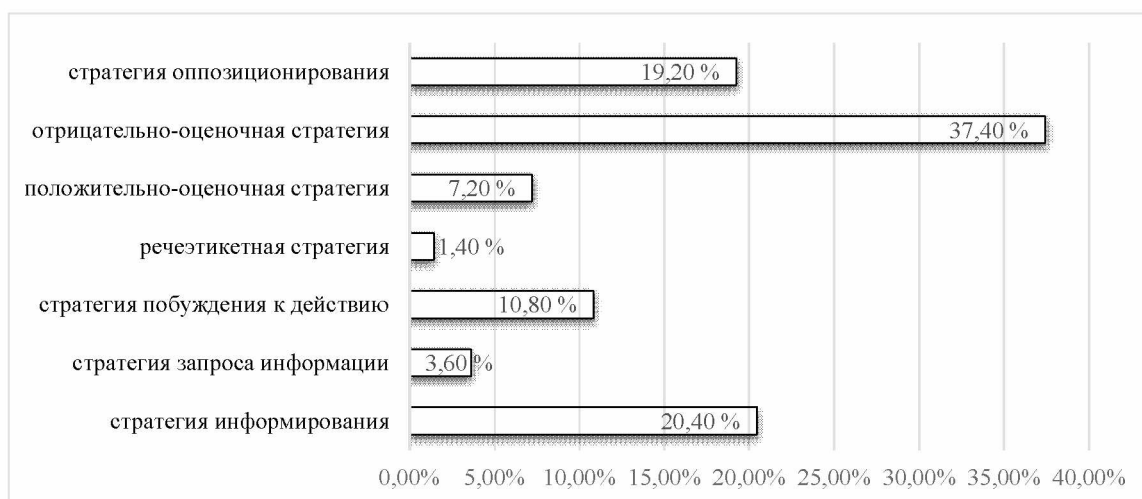


Рис. 1. Соотношение коммуникативных стратегий англоязычных интерактивных сообщений

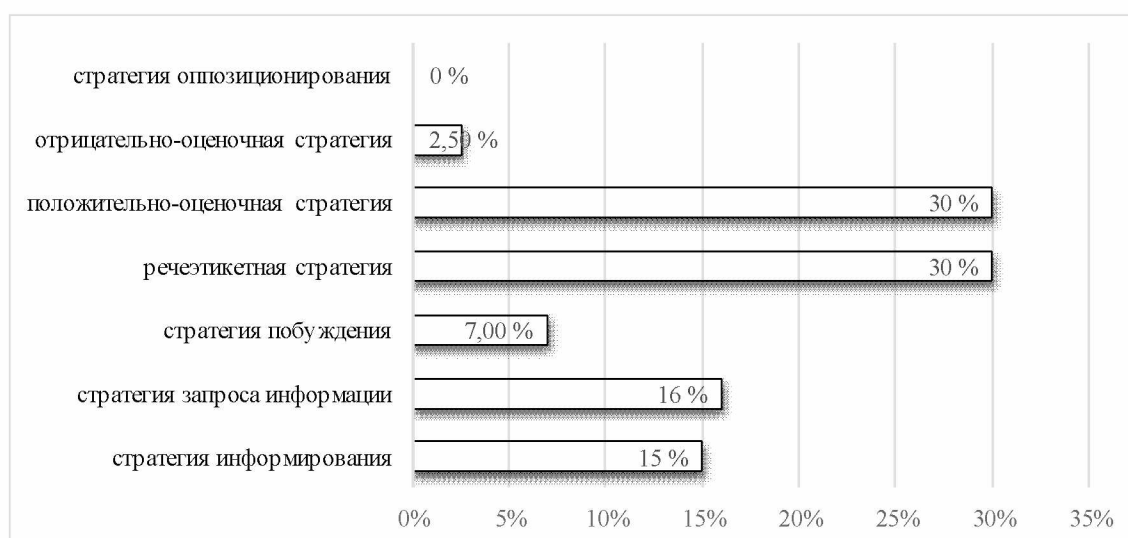


Рис. 2. Соотношение коммуникативных стратегий белорусскоязычных интерактивных сообщений

В белорусскоязычных ИС положительно-оценочная стратегия (30 %) и речезтикетная (30 %) преобладают над остальными стратегиями, свойственными им (рис. 2). Интересно, что отрицательно-оценочная стратегия (2,50 %) резко контрастирует с положительной (30 %). Стратегия запроса информации типична для белорусскоязычных ИС (16 %) и совсем нетипична для англоязычных (3,6 %). Англоязычные вопросительные высказывания выполняют функции удивления, упрека, негодования и реализуют стратегию оппозиционирования (19,2 %), тогда как такая стратегия вовсе отсутствует в белорусскоязычных сообщениях. Мы полагаем, что данные различия обусловлены культурными ценностями и менталитетом двух разных стран, что, несомненно, отражается в языке их носителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Володина М. Н. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академ. проект, 2011. – С. 63.
2. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т. Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – С. 145.
3. Talbot, M. Media discourse: representation and interaction / M. Talbot. – Edinburgh: Edinburgh Univ. Press, 2007. – 198 p.
4. Телепрограмма «Q&A» и ее блог [Электронный ресурс] / ABC TV. – Режим доступа : <http://www.abc.net.au/tv/qanda/txt/s4259858.htm/>. – Дата доступа : 15.06.2018.
5. Дыя@блог Р.С. [Электронный ресурс] / Нац. дзярж. тэлерадыёкампанія Рэсп. Беларусь, тэлеканал Беларусь 3. – Мінск, 2015. – Режим доступа: <http://naumgal.blogspot.com/>. – Дата доступа : 15.06.2018.
6. Thompson, J. The media and modernity: a social theory of the media / J. Thompson. – Stanford: Stanford Univ. Press, 1995. – 314 p.

ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ:

АИС – Англоязычные интерактивные сообщения / Questions and Answers (QandA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.abc.net.au/tv/qanda/txt/s4256959.htm>. – Дата доступа : 10.01.2018.

БИС – Белорусскоязычные интерактивные сообщения / Дыя@блог Р.С. – СМС / [Электронный ресурс] / Нац. дзярж. тэлерадыёкампанія Рэсп. Беларусь, тэлеканал Беларусь 3. – Мінск, 2015. – Режим доступа : http://naumgal.blogspot.com/p/blog-page_18.html. – Дата доступа : 15.06.2018.

The article analyzes the tactical and strategic potential of interactive messages in the diffuse genre of interactive TV discussions in television discourse. The purpose of the study is to identify similar and distinctive features of interactive messages in two multilingual TV programs and Internet blogs related to them. The relevance of the study is due to the fact that diffuse genres formed at the stage of constant development of mass media are little studied in linguistics and related sciences.

Поступила в редакцию 22.06.18