

О. С. Рыбчинская
(Минск, Беларусь)

ЭКСПЛИКАЦИЯ ТЕМЫ В МЕТАКОММУНИКАТИВНЫХ КОММЕНТАРИЯХ ИНТЕРРОГАТИВОВ (на материале французских политических ток-шоу)

В статье устанавливается и рассматривается зависимость метакоммуникативных ходов тематического характера, сопровождающих интеррогативный речевой акт во французских политических ток-шоу, от этапа общения. Они маркируют начало, развитие и завершенность диалогического взаимодействия, отличаются семантическим и прагматическим разнообразием, а также способствуют прагматической интерпретации интеррогатива, отражают социально-ролевые характеристики участников диалога.

Ключевые слова: ток-шоу, интеррогативный речевой акт, метакоммуникативный ход, метакоммуникативный маркер, этап диалогического взаимодействия, эксплицитность, имплицитность, прагматическая интерпретация.

Как известно, политическое ток-шоу относится к числу весьма важных и динамично развивающихся жанров массмедийного дискурса. Это обусловлено тем, что современные ток-шоу являются площадкой для полемического обсуждения наиболее актуальных вопросов политики, самого широкого круга социальных, экономических и культурных проблем.

Политические ток-шоу максимально приближены к разговорному стилю и представляют собой «интеграцию речи спонтанной и речи подготовленной, смешение разговорных и книжно-письменных стилей» [1, с. 15], а их содержание обусловлено спецификой определенного национально-культурного сообщества. «Эти различия, объясняемые разным общественным строем, историческими особенностями формирования и развития функциональных стилей, связаны также с определенными журналистскими традициями» [2, с. 18]. К национально-специфическим характеристикам французских телевизионных ток-шоу можно отнести высокую степень этноцентризма и этикетности, свойственные французской журналистике в целом [3], а также особый статус приглашенных (как правило, это политики высокого ранга).

Одной из важных особенностей политического ток-шоу является сложность и многовекторность его коммуникативно-прагматической организации. Ток-шоу предполагает взаимодействие участников, выполняющих различные коммуникативные роли (активные/пассивные участники, эксперты, наблюдатели, модератор и т.п.), реализацию разнообразных моделей коммуникативного поведения (кооперативных и некооперативных, имеющих информирующий и воздействующий характер, рациональных и эмоционально-оценочных и т.д.). Соответственно, коммуникативные ходы участников ток-шоу, направленные на разворачивание диалога, зачастую сопровождаются дополнительными метакоммуникативными комментариями, среди которых важное место зани-

мают *речевые ходы*, ориентированные на мониторинг тематической стороны общения. Такие ходы могут сопровождать любые речевые действия коммуникантов, в том числе и интеррогативные речевые акты.

Как показал анализ, во французских политических ток-шоу метакоммуникативные ходы (МКХ), сопровождающие и характеризующие интеррогативы, весьма активно участвуют в регулировании тематических аспектов диалога, причем характер этого участия различается в зависимости от этапа диалогического взаимодействия.

Этап 1. Вступление в диалог.

Наиболее типичными метакоммуникативными маркерами фиксации темы на данном этапе являются структуры с ключевым словом *question*:

– *J'ai **une question** là-dessus qui porte sur les mères qui portent les voiles et qui accompagnent et qui peuvent accompagner les sorties de classe. Vous êtes prononcé contre cette possibilité?*

– *Derrière **cette question** où vous ramenez toujours à la stigmatisation, à la délinéation de nos compatriotes musulmans, il y a derrière ça **une question** décisive qui est : qu'est-ce que c'est que la France et qu'est-ce que c'est que la France demain dans ses classes populaires?*

– *Par rapport à ce que vous dites, il y a **une question**.*

При условии, что речевое поведение коммуникантов направлено на сотрудничество, а не на конфронтацию, фиксация темы происходит с учетом социальных ролей коммуникантов и при соблюдении субординативных и этикетных норм. Соотношение статуса и ролей адресанта и адресата «конституирует системы равно- и разноположных отношений, включая или не включая механизм подчинения» [4]. Зачастую для того, чтобы с самого начала настроить собеседника на определенную тональность диалога и подчеркнуть важность обсуждаемой темы, эксплицитно может быть выражено указание на социальный статус собеседника, его гендерную принадлежность и т.д.:

– *Autant qu'**au ministre marocain** je vous pose la question.*

– *Je voudrais entamer encore une question qui préoccupe surtout les femmes et ce serait logique de la poser en premier lieu à notre invitée, **la seule femme** à accéder au poste **de Premier ministre**.*

Метакоммуникативное оформление вопроса – в случае ввода темы – чаще всего имеет трехчастную структуру, включающую вводную конструкцию, фиксацию новой темы (либо отсылку к уже прозвучавшему суждению) и только затем собственно вопрос [5, с. 41]. Ср.:

– ***Nous, on voulait poser une question** sur précisément cette offre politique (а), c'est à dire, on sait que l'extrême droite se nourrit en règle générale de la crise démocratique en mélangeant comme vous le faites la gauche, la droite comme le fait E.Macron, vous créez un espace politique assez important qui fait l'espace large entre vos oppositions (б). **La question:** est-ce que cet espace politique ce n'est pas un risque ? (в).*

– *Donc ma question vous le savez comme on vous a dit de quoi nous allons parler*(a). *C'est que la position, vous l'avez aujourd'hui, et l'air totalement réconcilié avec votre jeunesse, vos engagements révolutionnaires, anticapitalistes au côté et avec le parti communiste quand même posent une question et on doit se poser* (б). *Alors ma première question est toute simple* (в).

– *Avant de passer à un autre thématique une question* (a) *liée car c'est une question d'actualité, liée à ce qui était le point de départ, la Lybie* (б). *Deux questions toutes simples* (в).

Вступая в диалог, адресант – в наиболее сложных ситуациях – пытается предусмотреть различные пути его развития и эксплицирует мотивы актуализации вопроса, предваряя его комментарием, основанным на фоновых знаниях и пресуппозициях:

– *Je pose la question parce que votre bras droit Alexis Corbière a tweeté que la diffusion par les chaînes en direct du mariage princier était une farce de mauvais goût pour notre République. Est-ce que vous partagez cette opinion?*

Этап 2. Развитие диалога.

На этом этапе МКХ уточняют, поясняют или дополняют вопрос. В ток-шоу они могут быть представлены как

- автокоррекция:

– *J'ai encore une nuance sur la question de imams;*

- побуждение не отклоняться от обсуждаемой темы:

– *Mais la question porte sur le contrôle, vous avez compris;*

– *Juste une question qui fera transition avec ce que vous a dit J-J;*

- намерение уточнить/развернуть тему:

– *Quant à votre question initiale, peut-être que nos échanges permettront d'en éclairer une partie et puis l'histoire aussi jugera. Vous venez de poser une question sur ...;*

– *Cela veut dire donc que le nombre de migrants diminue?*

- намерение сменить тему:

– *Je termine sur cette question générale en forme de questions philosophiques par la référence à un livre que je cite souvent.*

Поскольку данный этап развития диалогического взаимодействия является наиболее значимым, для него характерны развернутость и детализированность МКХ обсуждаемого типа:

– *Est-ce que dans ce débat y a pas aussi une forme de changement de mentalité d'évolution, c'est-à-dire que traditionnellement quand on vivait à la campagne, quand on vivait dans les petites villes, on vivait pas comme dans les grandes villes? Certaines choses étaient plus loin et plus difficiles à obtenir et est-ce qu'aujourd'hui, il y a une nouvelle attente de vos habitants, par exemple?*

Этап 3. Завершение диалога.

На этом этапе МКХ, относящиеся к речевому акту интеррогатива, маркируют завершенность темы. Сигналы исчерпанности могут быть выражены

как эксплицитно, так и имплицитно; при этом эксплицитное выражение характеризуется более категоричной формой, имплицитное же выражение отличается некатегоричностью и некоторой неопределенностью, вследствие чего его интерпретация адресатом может быть неоднозначной. Ср.:

– *C'est la question pour les historiens, pour nous ce qui est l'essentiel c'est l'avenir.*

– *Moi j'en ai assez qu'on pose un certain type de questions pour poser un certain paysage!*

На данном этапе развития диалога МКХ, сопровождающие интеррогативные речевые действия, зачастую обусловлены тем, что коммуникант пытается уйти от ответа, демонстрирует нежелание/неспособность высказаться по соответствующему поводу, отказывается обсуждать предлагаемую тему. Здесь возможны такие варианты, как

- указание на непонимание темы вопроса:

– *Et vous demandez ce que je pense de la quatrième République?*

– *Je vous demande juste, c'est notre histoire commune. Vous êtes dans une dynamique de force. Vous pouvez être le troisième, le deuxième, voire le premier à la présidentielle.*

– *Et quelle est la question?*

– *La question est qu'est-ce que vous avez à dire de tout cela?*

– *De quoi?*

– *De cela. Cela ne vous concerne pas?*

– *Mais si vous m'interrogez sur Vercingetorix?*

– *F. Mitterrand n'est pas le Vercingetorix pour vous?*

- критические замечания по поводу содержания вопроса:

– *Je trouve que vous posez votre question en terme un peu curieux.*

– *Je crois pas du tout que ce soit une question au centre de l'attention des Français.*

– *Bon, peut-être c'était pas une bonne façon de répondre mais je me méfie toujours des questions hypothétiques.*

- ссылка на отсутствие информации:

– *Je ne suis pas compétent à y répondre.*

– *Vous dites la compétence mais est-ce qu'il n'y a pas derrière ça une stratégie de mensonge?*

- ссылка на отсутствие времени:

– *Nous n'avons pas le temps d'aborder des questions de fond, de parler des programmes, contredire que 50% des Français ne savent pas pour qui voter aujourd'hui.*

Таким образом, во французских политических ток-шоу тематические МКХ, сопровождающие интеррогативы, отличаются семантическим и прагматическим разнообразием: они участвуют в планировании и развитии темы, способствуют прагматической интерпретации интеррогатива, отражают

социально-ролевые характеристики участников диалога. При этом их характер и прагматические функции обнаруживают очевидную зависимость от этапа общения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2008. – 264 с.
2. *Кузнецов, В. Г.* Женевская Лингвистическая школа: от Соссюра к функционализму / В. Г. Кузнецов. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 184 с.
3. *Седых, А. П.* Штрихи к портрету языковой личности французского журналиста: Патрик Пуавр Д'Арвор / А. П. Седых // Научные ведомости. Сер. Гуманит. науки. – Белгород, 2016. – Вып. 32. – № 28 (249). – С. 124–129.
4. *Макаров, М. Л.* Регламентный компонент ситуации речевого акта / М. Л. Макаров // Речевые акты в лингвистике и методике : сб. науч. тр. – Пятигорск : Изд-во ПГПИИЯ, 1986. – С. 142.
5. *Метакоммуникативная организация диалогического дискурса / под общ. ред. Е. Г. Задворной.* – Минск : МГЛУ, 2017. – 112 с.

The dependence on the stage of communication of metacommunicative moves of a thematic nature accompanying the interrogative speech act in French political talk shows are established and considered. They mark the beginning, development and completeness of the dialogical interaction and are characterized by semantic and pragmatic diversity. These metacommunicative moves contribute to the pragmatic interpretation of the interrogative, reflect the social-and-role characteristics of the participants in the dialogue.

С. С. Сарвилина

(Минск, Беларусь)

ФРАНКОЯЗЫЧНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ ДИСКУРС: МЕХАНИЗМЫ УВЕЛИЧЕНИЯ СУГГЕСТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА

В статье проанализированы практики косвенного воздействия на адресата во франкоязычном рекламном дискурсе. Установлены три варианта авторства оценки: автор рекламного сообщения, производитель рекламируемого объекта, третье лицо.

Ключевые слова: рекламный дискурс, практика непрямого воздействия, авторство оценки.

Рекламный дискурс представляет собой определенный набор рекламно-речевых актов, предназначенных для передачи интенций рекламодателя обобщенному получателю рекламного сообщения. Речь идет о косвенных речевых актах с множеством оттенков реализации. Общими признаками данных речевых актов согласно специальным исследованиям являются: тематическая связность с доминантной темой (гипертемой) и ее конститутивными трансформантами, ситуативная обусловленность с опорой на коммуника-