

Жупинская Анна Викторовна
аспирант кафедры общего языкознания
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Anna Zhupinskaya
PhD Student of the Department
of General Linguistics
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
annzup@mail.ru

СТРАТЕГИЯ ЗАЩИТЫ ЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА И СРЕДСТВА ЕЕ ЯЗЫКОВОЙ РЕАЛИЗАЦИИ В МЕДИЙНОМ ИНТЕРВЬЮ

PRIVACY PROTECTION STRATEGY AND LANGUAGE MEANS OF ITS REALIZATION IN MEDIA INTERVIEWS

В работе рассматривается стратегия защиты личного пространства в медийном интервью и устанавливается идентичность набора реализующих ее тактик в англо- и русскоязычном интервью. Для большинства тактик фиксируется наличие языковых средств, характеризующихся регулярностью использования и являющихся типичными для реализации данной тактики.

Ключевые слова: медийное интервью; личное пространство; тактики защиты; языковые средства реализации; русский язык; английский язык.

The article deals with the privacy protection strategy in media interviews and establishes the identity of tactics that realizes the strategy in English and Russian interviews. Most tactics have a number of language means of their realization that are characterized by regular occurrence and are typical for each tactic.

Key words: media interview; privacy; protection tactics; language realization means; the Russian language; the English language.

В медийном дискурсе интервью является одним из ведущих жанров, который имеет свои особенности реализации в каждом из типов СМИ. В развитии современного медийного дискурса можно отметить несколько тенденций, проявляющихся, в том числе, и в интервью как одном из его ядерных жанров.

Во-первых, медийный дискурс считается одним из видов дискурса, наиболее подверженных воздействию со стороны бытовой коммуникации [1, с. 130–131], которое усиливается под влиянием интернет-СМИ. Речевое поведение участников сетевых интервью во многом обусловлено проникновением элементов разговорного дискурса, таких как несоблюдение регистра, использование нецензурной лексики, молодежного жаргона и т.п. (см. [2; 3; 4] и др.).

Во-вторых, отмечается явная коммерциализация медийной сферы [2], ориентация на интересы и потребности массовой аудитории, что приводит к постепенной переориентации СМИ в сторону все более развлекательного формата [3]. Среди последствий такого смещения можно отметить существенное расширение тем, обсуждаемых с массовой ауди-

торией [4], изменения в структуре интервью, связанные с пересмотром традиционного распределения ролей (см. [5; 6] и др.), провокационность поведения журналиста [3; 4] и повышенное внимание к личной жизни интервьюируемых.

На тактико-стратегическом уровне названные изменения в жанре интервью приводят ко все более широкой употребительности иницилирующей стратегии вторжения в личное пространство говорящего, а также реактивной стратегии защиты личного пространства.

В данной работе рассматривается стратегия защиты личного пространства в русскоязычных и англоязычных медийных интервью. Цель исследования – установление языковых средств, характерных для реализации каждой из тактик, составляющих стратегию защиты личного пространства.

Материалом исследования послужили около 220 контекстов, содержащих вторжение в личное пространство со стороны интервьюера и соответствующую защитную реакцию, реализуемую интервьюируемым. Критерием для отбора материала выступил тематический критерий, описанный в работах О. С. Иссерс и О. Е. Фроловой и основанный на этической допустимости обсуждения тех или иных тем в публичном пространстве [7; 8]. К темам, рассматриваемым как личные, относятся вопросы негативного личного опыта, социально неодобряемых форм поведения, физиологии, доходов, веры, личных и семейных отношений.

Анализ отобранных контекстов показал идентичность тактической реализации стратегии защиты личного пространства в англоязычных и русскоязычных интервью, несмотря на наличие в них существенных экстралингвистических различий (время появления провокационных элементов, степень их концентрации, преобладающий формат СМИ и т. д.). Так, стратегия защиты включает семь основных тактик: *смену темы, неопределенный ответ, шутку, эксплицитный отказ от ответа, критику вопроса/спрашивающего, метаязыковой комментарий вопроса и переадресацию*.

Тактика **смены темы** заключается в смещении фокуса обсуждения на тему, которая с точки зрения интервьюируемого является менее личной или опасной. Данная тактика может быть реализована в двух вариантах: развитие темы вопроса в направлении, избранном интервьюируемым, и обращение к новой теме.

Первый вариант предполагает использование смежной темы и в аспекте языковых средств характеризуется использованием лексики из одной тематической группы:

- *Когда свадьба?*
- *Ты знаешь, Константин сделал мне предложение около 2 лет назад. Мы сели и поговорили здраво* (И. Шихман – Е. Варнава);
- *Would you like a little girl?*
- *You know, I have got three boys at the moment that are hard work. They are very, very active* (L. King – V. Beckham).

Так, в данных примерах лексемы *свадьба* и *предложение* входят в один фрейм, а лексемы *girl* и *boy* являются согипонимами, подчиненными общему гиперониму *children*.

В т о р о й в а р и а н т, использующий кардинальную смену темы, отличается меньшей степенью семантической связности и с точки зрения языковых средств реализации предполагает практически полное отсутствие в ответной реплике лексики из тематической группы, используемой в вопросе:

– *Начнем с того, что самой главной тайной в Вашей жизни стала тайна Вашего отца.*

– *Да. Хотя знаете, <...> душенька, давай поговорим о высоком. Сейчас у нас год литературы* (Ю. Меньшова – Л. Максакова);

– *I mean, you know... It's interesting that you have a different view on violence, and I'm just trying to explore that.*

– *And I'm here to sell my movie. This is a commercial for the movie* (К. Guru-Murthy – Q. Tarantino).

Переход к новой теме может быть дополнительно маркирован при помощи инклюзивного императива (императива 1-го лица) с глаголом речи. Для данной разновидности тактики можно говорить о наличии клишированной формулы реализации, которая в наиболее общем виде строится по модели «давайте лучше поговорим о...» («let's speak about...»).

Неопределенный ответ как тактика защиты личного пространства заключается в подмене содержательного ответа неопределенным или обобщенно-неопределенным высказыванием по теме вопроса.

Анализ фактического материала позволяет выделить две разновидности данной тактики: собственно неопределенный ответ и обобщенно-неопределенный ответ, которые реализуются как автономно, так и в комбинации.

При собственно неопределенном ответе в качестве типичных языковых средств реализации используются наречия типа *иногда*, *редко*, *sometimes*, *practically*, *rather* и т.п., а также неопределенные местоимения (*кто-нибудь*, *когда-то*, *some*, *any* и т.д.) и лексемы *один/one* в значении неопределенного местоимения:

– *Когда свадьба-то?*

– *Ну, когда-то... хочется опять же... этот вопрос такой... здесь хочется покрасивше...* (И. Шихман – Е. Баженов);

– *What was the moment when you said, you know, this [marriage] is not going to work?*

– *You know, I met someone and they were someone who was an incredibly alluring person and I met someone who was very interesting. And I was at an age, I was...* (J. Behar – A. Baldwin).

Вторая разновидность тактики характеризуется неопределенностью, которая возникает в силу предельно обобщенного характера высказывания:

– *Вы вообще деньги не получаете во МХАТе?*

– У меня *все хорошо* (И. Шихман – К. Хабенский);

– *Do they [children] want to be in movies?*

– *I suppose everybody wants to be in movies* (P. Donahue – J. Wayne).

С точки зрения языковых средств реализации для обобщенно-неопределенного ответа характерны определительные местоимения (*все, всякий, любой, every, other* и т. д.) и количественные наречия (*много, much/many, a lot of* и т. д.).

Кроме того, для тактики неопределенного ответа в целом характерно употребление модальных (*возможно, may, might* и т. д.) и ментальных предикатов (*думать, imagine, suppose, guess* и т. д.), выражающих вероятностное значение, а также аппроксиматоров типа *как бы, kind of, sort of* и т. п.

– *Are you worried (about your age)?*

– *I am kind of* (J. Behar – A. Baldwin).

Кроме того, в русскоязычном интервью при реализации тактики неопределенного ответа широко используются безличные конструкции (*случалось, бывало, приходилось* и т. д.), которым свойственна неопределенность, связанная не только с отсутствием формального субъекта действия, но и заключенная в самой семантике слова:

– *Ты уезжаешь, у вас начинаются разные любви. Как ты говоришь, своя история, моя история. Но вы же венчаны.*

– *Просто так сложилось. Я не вижу другого как бы ракурса отношений. Вот так сложилось, и это выбор обоих нас* (И. Шихман – Линда).

Развлекательный характер многих медийных интервью позволяет интервьюируемому использовать **шутку** в качестве защиты от неудобного личного вопроса:

– *А откаты нужно давать? Передали сумму, и ты должна половину отстегнуть продюсерам, а на остальное снять?*

– *Слышала от соседей. По камере* (И. Шихман – В. Гай Германика);

– *Why don't you date women that are just as talented, beautiful and closer to your age just like Phil and Marla?*

– *Who let my mother in here?* (P. Donahue – S. Stallone).

В связи с разнообразием способов реализации тактики шутки, представляется затруднительным выделить какие-либо языковые средства, которые можно считать характерными для данной тактики. Чаще всего шутка маркируется невербально, в первую очередь просодически.

Эксплицитный отказ от ответа реализуется в двух вариантах: отказ, ориентированный на говорящего, и отказ, ориентированный на слушающего.

Отказ, ориентированный на говорящего, характеризуется использованием отрицания с глаголами речи (*говорить, обсуждать, discuss* и т. д.) в настоящем или будущем времени:

– *Очень мне хотелось с тобой посплетничать и задать тебе вопрос один: а ты замужем?*

– *Я не разговариваю на тему личной жизни* (И. Шихман – Ёлка);

– *But why are you so sure that there's no link between enjoying movie violence and enjoying real violence?*

– *I'm not going to tell you why I'm so sure* (К. Guru-Murthy – Q. Tarantino).

Клишированной формулой этой разновидности отказа от ответа является «я не буду говорить о...» («I won't/don't speak about...»). Кроме того, высказывание может быть обогащено модальным компонентом, выражающим алетическую (*не могу, can't*), деонтическую (*не должен, не имею права, don't have the right*) или волитивную (*не хочу, не хотел бы, wouldn't like, don't wish, don't want*) модальность. В этом случае отказ строится по модели «я не хочу/не могу/не должен говорить о...» («I don't want to/can't speak about...»).

– *Ну, сколько (заработок)?*

– *Не могу сказать, это финансовая...* (И. Шихман – К. Ивлев);

– *Ребенок носит фамилию отца или твою?*

– *Я не хочу по некоторым причинам из личной договоренности обсуждать этот момент* (Ю. Меньшова – Е. Гордон);

– *Are there any questions you are afraid of being asked?*

– *I don't much like being nagged about my private life because it involves others than myself, and I haven't got a right to speak for them* (В. Milton – М. Drabble);

Разновидность эксплицитного отказа от ответа, ориентированная на слушающего, содержит элемент запрета на обсуждение заданной интервьюером темы. В этом случае отказ реализуется в основном при помощи императивных конструкций, в первую очередь собственно императива (императива 2-го лица).

– *Вы ходили в загс в другой стране?*

– *Ира, ну и все. Отстаньте от нас!* (И. Шихман – Д. Хрусталеv);

– *But why it's OK for you to enjoy the violence?*

– *Don't ask me a question like that!* (К. Guru-Murthy – Q. Tarantino).

Используется также инклюзивный императив и клишированная формула «давайте не будем говорить о...».

– *Когда вы поняли, что вы вот после этой тяжелой болезни супруги, можете позволить себе заново влюбиться, снова?*

– *Пропустим этот вопрос* (И. Шихман – К. Хабенский);

– *Что он [муж] начал принимать? Тяжелое?*

– *Ой, давайте не будем* (И. Шихман – М. Федункив).

В исследуемом материале употребление инклюзивного императива при реализации отказа от ответа встречается только в русскоязычных интервью.

Тактика **критики вопроса/спрашивающего** предполагает оценку вопроса как некорректного, слишком личного, оскорбительного и т. п., а также критику интервьюера за неприличное, невежливое поведение, неподготовленность, непрофессионализм, преследование личных интересов

и т. п. Соответственно, объектами критики могут выступать и вопрос, и задавший его интервьюер. При этом негативная оценка вопроса предполагает одновременно и критику поведения журналиста, задавшего некорректный вопрос, что позволяет говорить о синкретичности объекта критики в большинстве контекстов:

– *Вопрос о смерти жены слишком личный?*

– *Это не математическая история. Я не люблю, когда мне задают математические вопросы на не математические темы* (И. Шихман – К. Хабенский);

– *To accommodate something like 17 people or 14 or a couple of bedrooms does it?*

– *This is getting to be an embarrassing...* (P. Donahue – D. Trump).

Основным средством реализации тактики критики вопроса/спрашивающего, выступает негативно-оценочная лексика (*некорректный, демагогия, хайпиться, slave, insult, embarrassing, impolite* и т. д.)

Тактика **подмены ответа метаязыковым комментарием вопроса** заключается в обсуждении употребления какого-либо слова в вопросе вместо ответа на него:

– *На светских мероприятиях Вы любите появляться?*

– *Что Вы называете светским мероприятием? Горе от ума, выезд ...? Что значит слово «свет»? Я не очень понимаю, что Вы называете светом* (Ю. Меньшова – Л. Максакова);

– *Talk to me a bit about your childhood. It wasn't an auspicious start, was it?*

– *Well, what would be an auspicious start?* (T. Sebastian – A. Rickman).

Клишированными формулами реализации метаязыкового комментария вопроса являются, в частности, «Что ты/Вы понимаешь/-ете под...», «Что для тебя/Вас значит...», «Что ты/Вы называешь/-ете...» («What do you mean...», «What is...»).

Тактика метаязыкового комментария вопроса предполагает использование ментальных предикатов типа *понимать, считать, think, understand* и т. п.; интерпретационных предикатов (*значить, mean, be* и т. д.) и предикатов речи (*называть, говорить, call* и т. д.).

При реализации тактики **переадресации вопроса** реплика интервьюируемого представляет собой вопрос, совет либо предложение, адресованное интервьюеру.

Данная тактика представлена в двух вариантах: переадресация вопроса третьему лицу и переадресация самому интервьюеру.

Для переадресации третьему лицу характерно использование глаголов речи (*спросить, говорить, ask, talk* и т. д.) в форме императива, а также в комбинации с модальными глаголами и выражениями, которые служат для передачи значения вежливого совета (*можно спросить, had better, should* и т. д.).

– Коль мы заговорили на эту тему, мне мужчины в зале не простят, первый вопрос, который все хотят задать гимнасткам, помогает ли хорошая растяжка в сексуальной жизни?

– Я думаю, что этот вопрос **корректнее** будет задать моему мужу. Я думаю, он вам много расскажет. Но **лучше давай**, когда Павел Алексеевич сюда придет, ты ему **задашь** этот **вопрос** (И. Шихман – Л. Утяшева);

– *Are you receiving adequate recompense this time round?*

– *I think you'd better ask my agent* (Т. Sebastian – А. Rickman).

Основной клишированной формулой, используемым при переадресации третьему лицу, является «лучше спросить у...» («you should/had better ask...»).

Переадресация вопроса интервьюеру, помимо инвертированного порядка коммуникативных ролей, характеризуется использованием ментальных предикатов (*думать, считать, think* и т. д.) и клишированной формулы «А ты/Вы как/что думаешь/-ете?» («What do you think?»).

– *Откуда появился слух о том, что ты гей?*

– *А вы как **думае**те?* (И. Шихман – Д. Билан);

– *And what about your other brother, Stephen? What's up with him?*

– *Well, there's a kind of a tone when you say that, as if you know what's up with him. What do you **think**, what's up? All right. So why don't you tell us?* (J. Elgrably – А. Baldwin).

Таким образом, для большинства тактик защиты личного пространства (кроме тактики шутки в силу вариативности ее реализации) можно выделить языковые средства, характеризующиеся повторяемостью использования и являющиеся типичными для данной тактики.

Высокая степень регулярности и частоты использования некоторых вербальных средств применительно к конкретной тактике защиты или ее разновидности позволяет говорить о наличии клишированных формул реализации тактик.

Так, клишированные формулы реализации могут быть выделены для эксплицитного отказа от ответа, метаязыкового комментария вопроса, переадресации вопроса и смены темы (а именно смещения к новой теме).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Филлипс, Л.* Дискурс анализ: теория и метод / Л. Филлипс, М. В. Йоргенсен. – Харьков : Изд-во «Гуманит. Центр», 2004. – 336 с.
2. *Антонова, Л. Г.* Коммуникативный инструментарий современной формы интервью на платформе YouTube / Л. Г. Антонова, Ю. А. Башловкина // Социальные и гуманитарные знания. – 2018. – Т. 4, № 3. – С. 35–43.
3. *Яблоновская, Н. В.* Жанр интервью на платформе русскоязычного сегмента Youtube: трансформации и медиатехнологии / Н. В. Яблоновская, А. В. Езык, Н. Д. Мустафаева // Учен. зап. Крым. федер. ун-та им. В. И. Вернадского. Филол. науки. – 2020. – № 4. – С. 225–238.

4. *Амиров, В. М.* Интервью: от классического жанра к современным форматам (на примере программ «Вдудь» и «А поговорить?») / В. М. Амиров, Я. С. Мамедова // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2021. – № 27 (3). – С. 30–37.
5. *Иванова, И. В.* Реализация жанра телевизионного интервью в коммуникативном поле современного языка СМИ / И. В. Иванова // Гуманит. Исследования. – 2009. – № 1 (29). – С. 51–58.
6. *Сахнова, Е. Б.* Жанр интервью и его модификации / Е. Б. Сахнова // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. – 2013. – Вып. 4. – С. 98–103.
7. *Иссерс, О. С.* Грани «приличного/неприличного» в публичной коммуникации (на примере интервью Юрия Дудя) / О. С. Иссерс // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., Москва, 23–24 окт. 2018 г. / Ин-т лингвистики РГГУ ; сост. и отв. ред. И. А. Шаронов. – М., 2018 – С. 94–103.
8. *Фролова, О. Е.* Жанровая невежливость (на примере интервью) / О. Е. Фролова // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., Москва, 23–24 окт. 2018 г. / Ин-т лингвистики РГГУ ; сост. и отв. ред. И. А. Шаронов. – 2018. – С. 277–286.

Поступила в редакцию 03.06.2022