

УДК 81.42

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ В ДИСКУРСЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ТОК-ШОУ

Кириллов А.Г.¹

ЧОУ ВО «Международный институт рынка», Самара, Россия, e-mail: samaraaltlinguo@yandex.ru

В статье рассматриваются типичные коммуникативные стратегии и тактики, используемые ведущими и участниками телевизионных ток-шоу на примере The Oprah Winfrey Show. Дается краткая характеристика структуры ток-шоу с перечислением основных композиционных элементов. Подробно описываются коммуникативные стратегии и тактики, позволяющие, с одной стороны, ведущему управлять ходом беседы, а, с другой стороны, участникам и гостям-зрителям реагировать на реплики ведущего и принимать участие в обсуждении. Функция телеведущего реализуется через тактики вызова на откровенность, разъяснения, формулирования вывода и выражения собственного мнения. Функция участника осуществляется с помощью тактик приведения аргументов, встречных вопросов, самовыражения.

Ключевые слова: дискурс, телевизионный дискурс, коммуникативные стратегии и тактики.

COMMUNICATIVE TACTICS IN TELEVISION TALK-SHOW DISCOURSE

Kirillov A.G.

International Market Insitute, Samara, Russia, e-mail: samaraaltlinguo@yandex.ru

This article discusses typical communication strategies and tactics used by the hosts and participants of television talk shows on the example of The Oprah Winfrey Show. A brief description of the talk-show structure is given listing the main compositional elements. The communication strategies and tactics allowing on the one hand the host to control the course of the conversation, and, on the other hand, the participants and guests to respond to the host and participate in the discussion are detailed. TV talk-show host function is implemented through the call to candor, explanations, drawing conclusions and expressing their own opinion. The function of the participant is realised by using tactics of giving reasons, counter-questions, self-expression.

Keywords: discourse, television discourse, communicative strategies and tactics.

Телевизионные ток-шоу являются одним из распространённых медиа-жанров и интересным объектом для изучения с различных позиций, в том числе, с точки зрения возможности выделения типичной структуры и типичных коммуникативных тактик. Поведение героев ток-шоу, предположительно, укладывается в некие сценарии, реализуемые с помощью коммуникативных стратегий и тактик, а также в традиционную структуру данного жанра. Рассматриваться дискурс ток-шоу в данной статье будет на примере американской телепередачи “The Oprah Winfrey Show”.

В определении структуры дискурса ток-шоу следует опираться на параметры описания речевого общения, выдвинутые в работе Л.Г. Васильева [2: 65]. Т.М. Тарасевич отмечает, что оценочность и эмоциональность в дискурсе ток-шоу выступают инструментом реализации интересов автора. Эмоции зрителя вызываются мнением авторитетных людей, данными аналитических показателей [9: 13]. Наполненность ток-шоу рядом неинформативных высказываний [4] представляется отдельной темой исследования, в том числе в том, что касается выделения их жанров [3]. Кроме того, формат телевизионной

передачи предполагает переключку вербальных и невербальных кодов [1], которые также могут участвовать в оформлении структуры ток-шоу.

Результаты исследования

Структурно-композиционно ток-шоу относится к числу диалогических жанров. Элементами композиционной структуры ток-шоу являются зачин, развитие, кульминация, развязка. Зачин включает в себя: приветствие аудитории ведущим, обозначение темы ток-шоу, представление гостей (и/или экспертов).

В ток-шоу “The Oprah Winfrey Show” обозначение темы и представление гостей происходит в виде видеоролика в начале программы или же, если в её студии появляются звёзды эстрады – выступление на сцене гостя: *“For my exclusive interview with Lisa Maria Presley we met in the English countryside on world away from LA. Lisa is here working under new album and spending some quality time with her husband Michel Lockwood and their twin girls.”*

Приветствие ведущей: *“Hi Oh, how'd you get so lucky? Have a seat.”*

Представление гостей: *“We welcome J.L. King to the show because you are one of the few people who has chosen to speak out about this even though the New York Times”.*

Иногда тема ток-шоу объявляется в видеоролике, иногда перед или после приветствия гостей. Развитие – это непосредственное обсуждение обозначенной темы, раскрытие характера героев, представление разных точек зрения на данную проблему, поиск совместных решений. Кульминация ток-шоу – это событие, вызвавшее наиболее эмоциональное напряжение у участников программы [8].

Развязка состоит из:

1. Слов благодарности ведущей в адрес всех вовлечённых в программу людей за участие и внимание: *“Thank you. Thank you. We'll do more. Bono, Chris Tucker, Secretary O'Neill and all of our guests.”*

2. Презентация вывода, рекомендации: *“If you want more information on Bono's work or his organization, DATA, please visit oprah.com. Join us on Oxygen. We'll be on Oxygen for Oprah After the Show with Bono after the show. Imagine what's going on here.”*

3. Прощальные слова: *“Bye, everybody. Bye, everybody.”*

Существует два принципиально отличных типа сценариев: с полностью готовым текстом или только с обозначением ролей и основной темы сообщения [7]. В первом типе сценария подробное описание действий и реплик, во втором представлен подготовленный детальный план проведения какого-нибудь зрелища. Сценарий ток-шоу – “разговорного представления”, “разговорного зрелища” [5: 58] – следует относить ко второму типу. Сценарная разработка данной телевизионной программы – “некое русло, приготовленное для того, чтобы точно направить поток мыслей приглашённых людей, обозначить постановку

проблемы и линию поведения ведущего, продумать возможные выводы” [5: 59].

Требования, предъявляемые всем участникам программы, – наиболее полно раскрыть тему передачи в течение жестко регламентированного временного отрезка телеэфира. Игнорирование данной стратегии может привести к неоправданной замене “общения на тему” в “разговор ни о чём”, что противоречит цели ток-шоу. Функциями телеведущего в этом случае становятся направление и координирование процесса коммуникации в студии. Далее приведены примеры коммуникативных ходов (реплик), используемые телеведущей для реализации указанных выше тактик в рассматриваемом ток-шоу.

I) Возвращение к теме ток-шоу:

“... it is really the hottest thing going on in the world right now. It defines the word “phenomenon.” Eighty-five million books sold...”

“Well, Bono says that the true spirit behind his music and his mission in Africa was really greatly influenced by his young days as a lad growing up in southern Ireland-- as a lad. Take a look.”

II) Вызов на откровенность:

а) настаивание на вопросе:

Oprah: But what does it feel like? Does it feel like being in the—I can’t imagine—like in the eye of a storm or something? I don’t know.

Taylor: Yeah, it’s different. It’s almost like you live two different worlds.

Oprah: Yeah?

Taylor: You go into that world, and then you completely vanish and you go back to your regular life.

Ведущая услышала ответ гостя и вопросом “*Yeah?*” натолкнула собеседника на более развернутый ответ.

б) переформулирование вопроса:

Oprah: Did he have to die for you to recognize that he loved you?

Lisa: I think so, sadly.

Oprah: Is that the first time that you recognized or believed that he truly loved you, after he died?

Lisa: I think, yes. Sweeping answer would be yes.

Переформулирование вопроса произошло для получения более точной информации.

в) уточнение информации партнера:

Oprah: Where were you when you first heard, where were you?

Lisa: I was in England and I don’t know why but it was the strangest day of my life. I was crying all day.

Oprah: For what reason?

Lisa: I don't know and I don't normally do that.

г) перебивание партнера:

Lisa: No. (laughs) I can only answer for myself. To tell you that I'm not normal. But um

Oprah: But you've managed to be relatively very private and that's why I'm thrilled that you're talking to me today. You've made a conscious decision to talk now. Why?

Эти тактики направлены на создание таких условий общения, при которых телезритель, участвующий в процессе коммуникации, мог проявить себя как яркая языковая личность, способная не только наиболее точно выражать свою точку зрения по обсуждаемому вопросу, но и аргументировать ее [6].

III) Разъяснение:

1) оценка ситуации: *1. Oprah: You guys joined forces. That was good to see. Good to see.*

2. Oprah: A lot of-- a lot-- a lot of them are women at home with their own children, worried about them coming home, their husband coming home for dinner. What does this have to do with her life?

Ведущая выражает удивление и восхищение словам собеседника, сопровождая одобрительными репликами.

2) оценка поведения партнера: *Oprah: Really? And what makes you the most comfortable?*

Bono: Well, I'm feeling pretty good right now.

Oprah: That's good. That's good. That's good.

3) комментирование слов партнера: *Lisa: He would come tell me, he would come tell me. "If you're not gonna do it, Debbie said she'll do it." And I was like, "What is that? Hi. Uh... not gonna entice me." So we would get into it, you know, arguments because that really wasn't how to handle it. But that was how he knew how to handle it, I don't wanna say – he'd be like, «Well if you're not going to, this person will. Are you gonna do it or not?»*

Oprah: That's what you mean by disposable.

До данного высказывания Лиза уже употребляла слово “disposable” в значении “использованный” относительно себя, в данном отрывке Опра комментирует её “Это ты имела ввиду, когда называла себя использованной”.

4) завершение мысли партнера: *Lisa: They are but it's been happening all my life. August 16th I've dreaded my whole life which is you know...*

Oprah: ...The death of your father.

Lisa: Yes and now it's June 25th.

5) формулирование вывода за партнера: *Lisa: The one thing that correlates with Michael and with my father on this subject is that they had the luxury of creating whatever reality around*

them they wanted to create. They could have the kinds of people who were gonna go with their program or not go with their program and if they weren't then they could be disposed of.

Oprah: It's the reality of being a God in your own world.

Lisa: Right.

6) повтор реплик партнера с комментарием или без комментария: *O: What was the lowest low?*

L: The lowest was... you know, again, when I talk about him I now in retrospect want to make very clear that I understand him now more than I ever did. So when I speak about him I can speak about him with understanding and it's all good now. For some reason, I don't know what happens when someone passes away and this is what's come of it, but I've come to have all this love again and understanding for him. I don't know why it had to take all that to have this happen. That upsets me a bit. But the lowest low...

Приведённый пример содержит развернутый комментарий, который более подробно описывает ситуацию, о которой идёт речь между собеседниками.

7) выражение собственного мнения: *Oprah: How did he ask you to marry him?*

Lisa: We were in the library in front of the fire and he pulled this giant 10 carat diamond out of his pocket and put it on my finger. I think he got on his knees too and proposed.

Oprah: And at the time he proposed did you think that would be forever?

Lisa: I did. I don't know, I did. And when I was younger I can honestly say that you can think like that and believe that.

Oprah: You know from the outside it just seemed so, too extraordinarily famous people together, everywhere you went it seemed like a circus.

В данном примере ведущая выражает не только своё мнение, но и мнение публики относительно данного вопроса.

8) пояснение своих слов: *Oprah: But what does it feel like? Does it feel like being in the—I can't imagine—like in the eye of a storm or something? I don't know.*

Taylor: Yeah, it's different. It's almost like you live two different worlds.

Oprah: Yeah?

Taylor: You go into that world, and then you completely vanish and you go back to your regular life.

Данная стратегия используется телеведущим для облегчения понимания смыслов, демонстрируемых коммуникантами в процессе общения. При этом телекоммуникатор как яркая языковая личность не только интерпретирует высказывания своего партнера, но и выражает свою точку зрения по обсуждаемому вопросу и свое отношение к партнеру.

Успех коммуникации во многом зависит от профессионализма телеведущего, который,

используя речевые стратегии и тактики, незаметно направляет процесс общения, помогает другим его участникам как можно полнее реализоваться и как можно лучше аргументировать свою точку зрения, во многих случаях избавляет партнёра по коммуникации от приложения дополнительных усилий для интерпретации смыслов, содержащихся и не содержащихся в собственно высказываниях коммуникантов (при прямом и непрямом типе коммуникации).

Партнёр телекоммуникатора в телевизионном общении – телезритель (гости, эксперты и зрители в студии) – используют стратегии “самовыражения” и “аргументирования” с ссылкой на личный, профессиональный опыт, опыт других людей, факты и т.п.

IV) Самовыражение необходимо зрителю, чтобы наиболее полно проявить себя как языковая личность, продемонстрировав свою позицию в отношении обсуждаемой проблемы.

Для этого зритель прибегает к тактикам: развёрнутого ответа; односложного ответа; уклонения от ответа; отказа от ответа. Для реализации стратегии «самовыражения» в исследуемом ток-шоу телезритель в большинстве случаев прибегает к развёрнутому ответу, реже – к тактике односложного ответа, исключительны случаи использования тактики уклонения и отказа от ответа. Такие частотные показатели реализации телезрителем коммуникативных ходов характеризует специфику общения в указанных ток-шоу, где телекоммуникант и телезритель, как правило, изначально настроены на позитивный диалог (диалог-унисон), а тактики отказа или уклонения от ответа чаще используются в конфликтном диалоге (диалоге-ссоре, диалоге-скандале) [10].

V) Аргументирование необходимо телезрителю для приведения доказательств в пользу своей точки зрения по обсуждаемому вопросу и привлечения на свою сторону остальных участников телеобщения. Для реализации данной стратегии зритель использует тактики:

1) приведения аргументов “за” / “против”:

ссылка на личный опыт: *Oprah: But you've managed to be relatively very private and that's why I'm thrilled that you're talking to me today. You've made a conscious decision to talk now. Why?*

Lisa: Everytime I've ever had an interview in the past I tend to get very defensive because I was usually promoting something and it would cross into my personal life and I tend to never want to discuss the two. I never want them to cross. I know that it's hard to have them not but I wanted to sit and really have a conversation about things that are you know, more in a personal level now, out of the way, before I do have an album coming out.

опыт других людей: *Oprah: Because it doesn't feel like it's about you? Does it feel like it's about Edward? Does it feel like it's about the character, it's about the phenomenon itself?*

Robert: Yeah, and it's about the fans themselves as well because I think a lot of the people,

you know, they just like doing “Twilight”-related things.

факты или общеизвестность: *Bono: I mean, we were involved in Live Aid.*

Oprah: Live Aid, yeah.

Bono: We raised \$200 million. Wow! We thought we cracked it. Africa's paying \$200 million a week to the richest countries in the world, you know, in Europe and in America. We said, “Well, you know what? Let's make this a chance – let's stop that and let's start again. Let's begin again.” And-- and so we made progress with that. And actually, you know, Bush and Clinton came together on that one, and this is a thing that we've got to make above politics.

2) встречного вопроса: *Oprah: You know, I've asked you this and I have to ask it again, even though it's an uncomfortable subject, but whether or not you had ever seen any inappropriate behaviour between Michael and young children?*

Lisa: Are you asking me again?

3) перебивания партнера: *Lisa: That was really, another six months of whatever I recovered from I think. I think I was the last one standing with him. That was...*

Oprah: What do you mean the last one standing with him?

Указанные тактики в дискурсе ток-шоу рассматриваются как “общие места”, компоненты рассуждения. Они удовлетворяют сформированным у многих зрителей потребностям не только как отдельные речевые тактики, но и как их комбинация, способ организации содержания рассуждения.

Выводы

Итак, в ходе исследования выявлен ряд коммуникативных стратегий и тактик, используемых телекоммуникатором и телезрителем в процессе их интерактивного взаимодействия друг на друга в ток-шоу с целью достижения нужного конечного результата этого взаимодействия, а именно получение друг от друга информации, способствующей дальнейшему успешному развитию диалога.

Список литературы

1. Аминова Т.А. Взаимодействие вербального и невербального компонентов в поликодовом тексте немецкоязычной видеорекламы (на материале рекламных роликов автомобилей марки “Volkswagen”) // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – №4. – С. 455.
2. Васильев Л.Г., Ощепкова Н.А. Прагматика документа: коммуникативный подход // Тверской лингвистический меридиан. – Тверь: Тверск. гос. ун-т, 2000. – С. 39–46.
3. Водоватова Т.Е. Инференциальный смысл высказываний с пониженной и повышенной

информационной ёмкостью : Автореф. дис. ... д-ра филол. Наук : 10.02.19. – Волгоград, 2007. – 32 с.

4. Водоватова Т.Е. Виды неинформативных высказываний // Фундаментальные исследования. – 2014. – №12-2. – С. 416-419.

5. Кузнецов Г.В. Ток-шоу: неизвестный жанр? // Журналист. – 1998. – № 11/12. – С. 58-59.

6. Молчкова Л.В. Информационный компонент фразеологического кода // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». –2012. – № 5. – С. 45-50.

7. Молчкова Л.В., Шевырина Н.А. О направлениях интеграции в преподавании стилистик русского и английского языков // Вестник Международного института рынка. - №1. – Самара: АНО «Издательство СНЦ», 2015. С. 205-211.

8. Строева Ю.Ю. Жанрово-стилистические характеристики англоязычного научно-популярного дискурса (на материале периодических изданий по авиации) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара, 2009. 232 с.

9. Тарасевич Т.М. Особенности функционирования экономической терминологии в современном рекламном дискурсе: Автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Кемерово, 2007. – 25 с.

10. Щукина Г.О. Этимологический анализ английских идиом // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2012. – Т. 14, № 2-2. – С. 486-489.

Рецензенты:

Кулинич М.А., д.культурологии, профессор, кафедра английской филологии и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная социально-гуманитарная академия», г.Самара;

Водоватова Т.Е., д.фил.н., профессор, заведующая кафедрой германских языков ЧОУ ВО «Международный институт рынка», г.Самара.