

Т.Н. ЕГОРОВА
(Саранск)

**РЕЧЕВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ПРОВОКАТИВНОЙ
ТАКТИКИ В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ
(на примере программ «Пока все дома» и «Народ хочет знать»)**

*Проанализированы средства создания тактики провоцирования в речи телеведущих.
Выявлена зависимость выбора речевых средств от характера передачи, целевой аудитории
и особенностей индивидуального стиля говорящего.*

Ключевые слова: *дискурс, масс-медийный дискурс, провокационная речь,
провокативная тактика, индивидуальный стиль.*

Во всех сферах жизни общества особую роль занимает Человек Говорящий. Современное языкознание исследует то, как сфера общения влияет на выбор речевых средств конкретной языковой личностью. В связи с этим актуальным становится изучение дискурса.

Однозначного определения термина «дискурс» не существует. Тем не менее вне зависимости от подхода он рассматривается учеными как явление деятельностное, процессуальное, связанное с рече-производством. В данной статье используется понимание дискурса как речи, погруженной в ситуацию общения, в жизнь [1, с. 136–137].

В соответствии со сферой общения человека принято выделять различные типы дискурса: политический, юридический, административный, военный, педагогический, научный, масс-медийный и т.д. Следует помнить, что тип дискурса шире сферы общения: он включает цели, ценности, стратегии и тактики поведения, подвиды и жанры соответствующего типа дискурса, прецедентные тексты и различные дискурсивные формулы.

В борьбе за зрителя современные СМИ используют все доступные им средства, в связи с чем все больше концентрируются на реализации рекреационной (гедонистической, развлекательной) функции. На данном этапе развлечение выделяется учеными как медиа-доминанта [3].

Реализация медиа-доминанты, на наш взгляд, может идти в двух основных направлениях:

- 1) по содержанию (предоставление информации развлекательного, тонизирующего типа);
- 2) по форме (отбор информации, ее структурирование и способы выражения).

При этом в настоящее время акцент делается на способах и средствах передачи информации. Так, для привлечения внимания телезрителей в масс-медийном дискурсе широко используется тактика провоцирования (тактика провокации, провокативная тактика), которая максимально эффективно реализуется в вопросительных конструкциях разного типа. Под тактикой провоцирования чаще всего понимается «характерный способ функционирования языковой личности <...> с целью продемонстрировать определенное психологическое состояние адресанта и вызвать аналогичное состояние у адресата» [5, с. 55]. На использовании данной тактики строится создание провокационной речи.

По определению Е.Н. Зарецкой, «провокационная речь – это особый тип речи, рассчитанный внутренне на получение некоторой ответной информации – или известной тому, кто провоцирует, или неизвестной» [4, с. 60]. «Провокационная речь, дестабилизируя оппонента, заставляет его реагировать эмоционально», «программирует оппонента на определенную эмоциональную реакцию» [6, с. 134]. Хотя провокация часто рассматривается как жесткое силовое воздействие, ученые подчеркивают, что провокационная речь необязательно несет в себе негативную цель.

В данной статье представлены результаты исследования средств создания тактики провоцирования в речи телеведущих. Исследование проводилось на материале программ «Пока все дома» от 20 февраля 2011 г. (Тимур Кизяков в гостях у Татьяны Васильевой) и «Народ хочет знать» от 22 мая 2009 г. (Кира Прошутинская, тема обсуждения «Может ли талантливый артист в России добиться успеха в шоу-бизнесе без денег и протекции?»).

В речи Тимура Кизякова и Киры Прошутинской тактика провоцирования реализуется при помощи разных средств. Это связано как с характером передач и целевой аудитории, так и с особенностями индивидуального стиля. В «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой последний трактуется как «своеобразие приемов словоупотребления, конструкций, характеризующее устную и/или письменную речь отдельного лица» [2, с. 456].

Ведущий программы «Пока все дома» провоцирует адресата на определенный ответ. Для этого он использует вопросы, которые задают общую тему ответной реплики, и наводящие вопросы, в которых «подсказывается» предполагаемый ответ:

Т.К. – *Когда началось у вашей семьи Иваново детство? Как ваша взрослость от этого обогатилась эмоционально?*

Ф.В. – *А для нас все поменялось!*

Т.К. – *С какого на какое?*

Н.В. – *Ну, более ответственной стала жизнь, какой-то вдумчивой.*

Кроме того, Тимур Кизяков задает вопросы, рассчитанные на определенную эмоциональную реакцию собеседника. Для этого он нередко использует свое излюбленное средство – языковую игру. В таких случаях автор явно рассчитывает услышать в ответ интересную историю, случай из жизни или аналогичный языковой прием, чтобы собеседник ответной репликой поддержал гедонистическую тональность разговора:

Т.К. (из разговора о воспитании ребенка) – *Вокруг масса заманчивых кружков, секций, разных курсов. Вы на что потратите щедрое детство свое?*

Ф.В. – *Музыкальная школа, музыкальная школа, класс... Как это называется?*

Н.В. – *Треугольничка! (смеются) <...>*

Т.К. – *Жонглирование контрабасами, кстати, вообще не освоенное еще искусство! (смеются).*

Вопросы Тимура Кизякова чаще всего развернутые, с большим количеством уточнений. Им может предшествовать описание деталей обсуждаемой ситуации. Это дает собеседнику время подумать, не позволяет растеряться и говорить не по теме:

Т.К. – *Вот детство Филиппа, например?*

Т.В. – *Да!*

Т.К. – *Совсем другое дело...*

Т.В. – *Совсем другое дело, да! <...>*

Т.К. – *Во время прошлой встречи Филипп, порывшись в памяти, вспомнил театр Маяковского. Но там же постоянно происходили события какие-то веселые: то ухо оторвется, случайно, в процессе быстрого бега, или еще что-то. Рука отломится... Было же все это?*

Т.В. – *Да! Было регулярно! Нас уже знали в травмпункте. В нашем доме был травмпункт, и мы раза два в неделю туда приходили. <...>*

Т.К. (шутливо) – *Куда же мать смотрела, интересно? На зрителей? На сцену?*

Используемые конструкции часто включают положительный эмоциональный компонент:

Т.К. – *<...> Но Филипп с гордостью явно сказал, что мальчик-то выглядит на все четыре, в свои-то два! Так что какие-то надежды на то, что вырастет большим богатырем?..*

Таким образом, Тимур Кизяков использует тактику провоцирования для воздействия на собеседника с целью получения необходимой информации (чаще всего заранее известную ведущему и вызывающую значительный интерес у телезрителей) и с целью воздействия на эмоции собеседника (расположить к искренней непринужденной беседе на личные темы). Именно поэтому основными средствами реализации данной тактики выступают комплимент, языковая игра. Их использование объясняется и характером программы, и индивидуальностью телеведущего.

Для телеведущей ток-шоу «Народ хочет знать» Киры Прошутинской характерно нагнетание вопросов с ярко выраженной негативной окраской. Подобная конструкция не дает собеседнику времени

на то, чтобы продумать ответ на каждый вопрос, а служит скорее всего для обозначения тематических рамок обсуждения и создания определенного эмоционального настроения:

«Евровидение 2009» стало самым дорогим шоу за все время своего существования. Но вот что касается творческих побед... Они намного скромнее. Москва, вернее Россия, опять ушла на одиннадцатое место. С чем это связано? То ли со скандалами, которые сопровождали процесс отбора конкурсантов? Или, может быть, просто справедливая такая оценка уровня отечественной музыкальной культуры? Или в шоу-бизнесе действительно нужно только извлекать прибыль, считать доходы и т.д.? И можно ли вообще-то извлекать прибыль не из антуража, не из раскрутки, не из надувания имени, а из таланта певца? И где они, эти таланты, эти индивидуальности, от которых мы, честно говоря, отвыкли и которых ждем? Если они все-таки где-то существуют, то может ли талантливый артист в России добиться успеха в шоу-бизнесе без денег и протекции?

Большинство вопросов по форме закрытые (блокирующие), требующие однозначного ответа (да/нет). Расплывчатый, распространенный ответ на такой вопрос кажется неубедительным, а однозначный ответ слишком категоричным, что заставляет говорящего вступить в последующую полемику.

К.П. – *А вообще это правильно, что в этом конкурсе участвуют и молодые исполнители, неизвестные, которые хотят раскрутки, и такие маститые, как, предположим, в последнем случае Патрисия Каас?*

С той же целью – заставить собеседника вступить в полемику – используются альтернативные вопросы:

– *От чего сейчас больше зависит успех артиста: от его таланта или от таланта продюсера?*

– *Что в первую очередь должно определять выбор репертуара артиста: вкусы публики или критерии самого артиста?*

Нередки и вопросы, ставящие под сомнение ценности, нравственный облик собеседника и т.д.:

К.П. (о конкурсе «Евровидение») – *Скажите, пожалуйста, вы бы хотели сейчас еще раз попробовать себя там?*

Ю.С. – *Это сложный вопрос.*

К.П. – *Чего бы вы не повторили? В чем была ваша ошибка, как вам кажется?*

Ю.С. – *Ну, были танцоры, которые были намазаны густым слоем краски <...>*

К.П. – *Значит дело не в вас, мягко говоря, а в танцорах, которые вас окружали?*

Чаще всего они не столь категоричны, и Кира Прошутинская дает возможность оправдать себя:

К.П. (об Александре Рыбаке) – *А почему вы называете мальчиком, а не певцом? А Диму Бирана тоже вы называете «мальчик»?*

Б.З. – *Нет. Дима уже певец. Был и мальчиком.*

Я.Р. – *Думаю, ему еще до Димы все-таки далеко пока. Пока у него есть только одна песня <...>*

Особенностью индивидуального стиля Киры Прошутинской является также частое цитирование с подчеркиванием этого речевого действия. Главной интерес в данном случае представляет не столько ответ собеседника, сколько его эмоциональный отклик на цитируемые слова:

К.П. (о конкурсе «Евровидение») – *Артемий, значит, правильно кто-то сказал: «Это вечернее шоу домашних хозяек, не более того»?*

А.Т. – *Домашние хозяйки и геи! Да! (смеется).*

Таким образом, Кира Прошутинская использует тактику провоцирования для воздействия на участника программы не столько с целью получения необходимой информации, сколько для вовлечения собеседника в полемику по обсуждаемому вопросу.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что речевые средства, используемые для создания тактики провоцирования, различаются в зависимости от характера программы и индивидуального стиля телеведущего. Употребляемые Тимуром Кизяковым конструкции в сочетании с языковой игрой создают образ доброжелательного ведущего, помогающего собеседнику, ориентированного на создание положительных эмоций, располагающего к непринужденной, душевной беседе. Именно поэто-

му индивидуальный стиль Кизякова выступает инструментом реализации концепции «семейно-собирающей» программы «Пока все дома». Индивидуальный стиль Киры Прошутинской наиболее полно реализуется в жанре ток-шоу. Конструкции, используемые ведущей программы «Народ хочет знать», демонстрируют более категоричный, строгий стиль поведения, ориентированный на эмоции, цель которых – создание конфликта и ведение дискуссии.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Изд-во «Советская энциклопедия», 1990. С. 136–137.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 1966.
3. Бужинская Д.С. Ментальная диверсия: Великая Отечественная война в развлекательном теледискурсе // СМИ и общество : материалы V науч.-практ. конф. Магнитогорск, 3 марта 2010 г. / под ред. О.Е. Черновой. Магнитогорск : МаГУ, 2010.
4. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. М. : Дело, 2002.
5. Кошкарлова Н.Н. Пространство конфликтного дискурса в жанре политического интервью // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2010. №17. С. 54–59.
6. Шестерина А.М. Об ошибках, уловках и провокационных конструкциях в структуре полемиического текста прессы // Вестн. ВГУ. Серия: «Филология. Журналистика». 2004. № 1. С. 128–136.



Speech means of provocative tactics in the mass media discourse (by the examples of the programmes “Everyone is at home so far” and “People want to know”)

There are analyzed the means of provocative tactics in the speech of television anchormen. There is revealed the dependence of speech means choice on the character of a programme, target audience and the peculiarities of the speaker's individual style.

Key words: *discourse, mass media discourse, provocative speech, provocative tactics, individual style.*