

УДК 81.38/42

DOI: 10.23951/1609-624X-2017-3-121-125

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ МЕДИАДИСКУРС ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ВЕДУЩЕГО АВТОРСКОЙ ТЕЛЕПРОГРАММЫ КАК ФОРМА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЕГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ*

А. А. Каширин

Томский государственный педагогический университет, Томск

Уточняется методика системного анализа индивидуального медиадискурса ведущего авторской телевизионной программы с учетом понимания индивидуального медиадискурса в качестве одной из форм репрезентации его информационного поля. Индивидуальный медиадискурс автора-ведущего телепрограммы рассмотрен как реализующийся в процессе профессионального речевого поведения личности, определяющий целостный узнаваемый образ журналиста в условиях данной дискурсивной практики. При этом в индивидуальном медиадискурсе тележурналиста находят отражение специфические особенности идиостиля его информационно-медийной языковой личности. Информационное поле медийной личности интерпретируется как пространство общения, организуемое в процессе различных дискурсивных практик в условиях медиакommunikации. Как составляющие информационного поля медийной личности, находящие отражение в ее дискурсивных практиках, отдельно рассматриваются: 1) репутация и авторитет; 2) цитируемость (публичность, известность); 3) тезаурус, картина мира и система ценностей. Авторитет ведущего находится в тесной взаимосвязи с имиджем программы. Цитируемость журналиста представлена в качестве основного показателя его эффективной профессиональной деятельности. Тезаурус, картина мира и система ценностей журналиста являются показателями специфики идиостиля его медийной личности и находят непосредственное отражение в индивидуальном медиадискурсе. В качестве примера анализируются некоторые особенности информационного поля языковой личности тележурналиста Д. Киселева, автора-ведущего программы «Вести недели» на телеканале «Россия 1».

Ключевые слова: медиадискурс, индивидуальный медиадискурс тележурналиста, информационное поле личности, информационно-медийная языковая личность, авторская телепрограмма.

Современный медиадискурс как «открытое коммуникативное пространство массмедиа и шире – сетевого общения» [1, с. 21] становится объектом исследования в рамках различных областей знания, включая лингвистику (см. работы И. В. Анненковой, Т. Г. Добросклонской, Л. Р. Дускаевой, Л. Г. Кайда, Е. С. Кара-Мурза, В. И. Карасика, Г. А. Копниной, В. Г. Костомарова, Е. Г. Малышевой и др.). Особое внимание ученых к вопросам медиакommunikации, играющей в жизни современного информационного общества все более заметную роль, связано с изменением практик речевого общения языковой личности (ЯЛ) в медиасфере, что обусловлено появлением новых информационно-коммуникационных технологий.

А. В. Болотнов выделяет особый тип ЯЛ – информационно-медийную языковую личность, «формирование и самореализация которой происходит... в результате сетевого общения» [2, с. 107]. Каждая медийная ЯЛ формирует и продуцирует свое информационное поле, осуществляя различные дискурсивные практики в рамках медиакommunikации (применительно к ЯЛ данный термин введен А. В. Болотновым [3]).

Информационное поле медийной ЯЛ представляет собой пространство общения публичного че-

ловека, имеющее мозаичную структуру, которая складывается в обобщенный медиаобраз личности из фрагментов – организующихся в процессе тех или иных дискурсивных практик индивидуальных медиадискурсов. Медиакommunikация имеет сложную полевую структуру, в связи с этим можно говорить как об информационном поле Глобальной сети в целом, так и об информационном поле отдельных СМИ (подробнее об информационном поле и его типах см. в работах [3, 4]).

Авторами разработана и апробирована методика системного коммуникативно-прагматического анализа индивидуального медиадискурса ведущего авторской телепрограммы [5, 6], учитывающая лингвистические и паралингвистические особенности ЯЛ ведущего, а также экстралингвистические факторы телевизионной коммуникации. При этом индивидуальный медиадискурс понимается как коммуникативная среда (пространство общения), формирующаяся в процессе профессионального речевого поведения автора-ведущего телевизионной программы, определяющая его узнаваемый образ и отражающая специфические особенности идиостиля его информационно-медийной ЯЛ.

В силу высокого воздействующего потенциала и особой роли в жизни человека телевидение всегда

* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФГФ научного проекта № 15-04-00216.

привлекало внимание исследователей массовой коммуникации. Современный этап развития информационного общества стимулирует новые исследования телевизионного творчества в различных аспектах (см., например, работы [7–9]).

В задачи статьи входит уточнение методики системного анализа индивидуального медиадискурса ведущего авторской телепрограммы с учетом понимания индивидуального медиадискурса как формы репрезентации его информационного поля. По мнению А. В. Болотнова, «к информационному полю личности можно отнести репутацию и авторитет человека, цитируемость (публичность, известность) той или иной личности, вступающей в общение. Поле включает цепочку ассоциаций, которые связаны с определенной личностью, ее тезаурусом, картиной мира, системой ценностей, отраженных в дискурсе» [4, с. 113]. Представляется необходимым учитывать названные факторы, характеризующие информационное поле медийной ЯЛ, при анализе индивидуального медиадискурса автора-ведущего телевизионной программы.

В качестве иллюстрации можно рассмотреть некоторые особенности информационного поля медийной ЯЛ журналиста Дмитрия Константиновича Киселева, автора-ведущего еженедельной информационно-аналитической программы «Вести недели» на канале «Россия 1». Материалом для исследования послужили 24 выпуска программы, вышедшие в эфир в январе – июле 2016 г. [10], а также интервью с журналистом Д. Киселевым [11].

Репутация и авторитет. Личность журналиста Д. Киселева в сознании массовой аудитории ассоциируется с программой «Вести недели», представляющей официальную позицию государства на события в стране и мире (об особенностях восприятия индивидуального медиадискурса Д. Киселева в программе «Вести недели» см. в работе [12]).

Информационное поле государственного телеканала определяет особый статус ведущего итоговой программы, его репутацию и авторитет. При этом репутация телеканала и имидж программы напрямую зависят от деятельности автора-ведущего. В связи с этим можно говорить о том, что информационное поле телеканала и программы оказывается сильнее информационного поля медийной личности ведущего, накладывая на него ряд ограничений и требований, главным из которых является лояльность к власти.

Дмитрий Киселев имеет государственные (орден Дружбы, орден «За заслуги перед Отечеством» IV степени и др.), а также профессиональные награды («ТЭФИ-2015» в номинации «Информационная программа» и др.). Кроме того, журналист исполняет обязанности заместителя генерального директора ВГТРК и генерального директора рос-

сийского международного информационного агентства «Россия сегодня», что говорит о его особой роли в информационной политике государства.

Цитируемость (публичность, известность). Основным показателем успешности телепрограммы на современном телевидении является ее рейтинг, а показателем эффективности деятельности журналиста – индекс цитируемости (ИЦ). Рассмотрим с этих позиций программу «Вести недели», а также информационное поле журналиста Д. Киселева.

По данным компании TNS, 22 из 24 выпусков программы «Вести недели», вышедших в эфир в период с января по июль 2016 г., занимают лидирующую позицию в рейтинговом отчете (данные по аудитории) в жанре информационно-аналитических передач (рейтинг колеблется между 4 и 6,6 %). Рейтинг выпусков программы за 12 июня и 10 июля оказался ниже рейтинга программы «Воскресное “Время”» (Первый канал) [13]. Стабильно высокий рейтинг программы «Вести недели» обуславливает особый исследовательский интерес к ней с точки зрения коммуникативно-прагматического эффекта, определяющего формирование общественного мнения.

В рейтинге «Топ-15 самых цитируемых журналов» информационно-аналитической системы «Медиалогия» за рассматриваемый период Д. Киселев оказывался 5 раз (февраль – № 9 (ИЦ 285,63); март – № 13 (ИЦ 217,92); апрель – № 1 (ИЦ 1016,66); май – № 6 (ИЦ 1071,32); июнь – № 2 (ИЦ 573,54)) [14]. Появление в данном рейтинге связано с обращением журналиста к социально значимой проблематике, а также с провокативными высказываниями, вызвавшими общественный резонанс. Ниже приведены некоторые примеры.

В выпуске программы «Вести недели» от 7 февраля в сюжете «Крыша едет: коллективный Черчилль натравливает британцев на Россию» Д. Киселев раскритиковал фильм телеканала ВВС «Третья мировая война: в командном пункте». Формулируя авторскую позицию, журналист использует прием иронии и коммуникативную стратегию дискредитации («как бы документальное кино», «ВВС не смущает, что в реальности это ракетная атака Саакашвили на Цхинвал в ночь на 8 августа 2008 года, то есть, собственно, то, с чего началась та война» и др.); экспрессивную лексику («подлог», «страшилка», «вершил судьбы», «мировое зло», «паразитируя», «крыша едет», «хищнический аппетит», «замес» и др.); проблемные вопросы, усиленные анафорой и синтаксическим параллелизмом («И тогда возникает вопрос: где грань реальности? И где граница игры? И в чем реальная миссия ВВС, если ее сформулировать? И в чем миссия вообще средств массовой информации и их ответственность?») [10].

Д. Киселев обращается к коммуникативной тактике презентации личного опыта, допуская резко негативную оценку деятельности телеканала ВВС («Для меня это еще и личная драма. В конце 80-х – начале 90-х я, как и многие мои коллеги, считали журналистский стандарт ВВС эталонным. На него тогда и равнялись. Утрата иллюзий происходила постепенно и через внутреннее сопротивление. И теперь уже без вариантов. ВВС – просто помойка. Спалили себя. Внутренний стандарт – грязь. Хотя английский язык там так же красив, студии изысканны, самомнение так же высоко. Но это уже скорлупа») [10].

Другим примером служит интервью Д. Киселева, данное корреспонденту ВВС Стивену Розенбергу в рамках медиафорума «Новая эпоха журналистики: прощание с мейнстримом» в Москве в июне 2016 года. Размышляя об информационной политике в России и Великобритании, Д. Киселев определяет пропаганду как «попытку что-либо объяснить»: «Это просто представление точки зрения. Вот и все. И достаточно последовательное представление точки зрения – ну, наверное, это можно назвать пропагандой. Но тогда давайте договоримся, если я занимаюсь пропагандой, то и вы тогда тоже занимаетесь пропагандой. А если вы не занимаетесь пропагандой, а занимаетесь профессиональной деятельностью, то и я занимаюсь профессиональной деятельностью, мы занимаемся одним и тем же, мы коллеги. Вот и все» [11]. Это высказывание журналиста, построенное на риторическом принципе симметричной аналогической аргументации, и в целом все интервью вызвало широкое обсуждение в российских и зарубежных СМИ.

Тезаурус, картина мира и система ценностей. Данные категории характеризуют идиостиль информационно-медийной ЯЛ и находят непосредственное отражение в индивидуальном медиадискурсе.

Отдельные особенности ЯЛ телеведущих, определяющие их информационное поле, нередко становятся объектом рассмотрения в современных исследованиях. Описываются речевые портреты [15]; анализируются причины и следствия коммуникативных неудач [16]; рассматриваются способы и средства выражения оценки [17] и др.

Тезаурус, картина мира и система ценностей ведущего авторской телепрограммы определяют лингвистические средства выражения его информационного поля. К ним можно отнести типы речи и речевые жанры, синтаксические особенности, риторические и стилистические приемы и в целом культуру речи.

В программе «Вести недели» журналист Д. Киселев наиболее часто использует следующие коммуникативные стратегии и тактики, а также приемы коммуникативного воздействия: тактику дискредитации, прием контрастной аналогии, стратегию ориентации на доверительное общение, тактику «навешивания ярлыков», прием постоянного повторения, тактику провоцирования неодобрения. С целью выражения авторской позиции журналист активно употребляет оценочную лексику (ср.: «варвары», «самосуд», «скорбь», «герои», «благородное мужество», «подвиг» и др.), вводные слова и конструкции (ср.: «как обычно», «правда», «конечно», «похоже», «со своей стороны» и др.) [10].

О некоторых особенностях картины мира (как представлении человека о мире) и системы ценностей информационно-медийной ЯЛ ведущего авторской телепрограммы можно судить, например, на основе количественного контент-анализа выпусков программы. Результаты такого анализа позволяют выделить ключевые слова и тематические группы используемой ЯЛ лексики.

Следует отметить, что в информационно-аналитической программе наиболее частотной оказывается лексика, характеризующая социально-политическую обстановку в стране и мире. Так, контент-анализ выпуска программы «Вести недели» от 17 апреля выявил следующие словоупотребления: 1) имена собственные (наименования государств и их глав): «Россия» – 11 употреблений, «Украина» – 10, «США» – 8, «Турция» – 7, «Меркель» – 17, «Путин» – 12, «Эрдоган» – 6 и др.; 2) общественно-политическая терминология: «президент» – 16 употреблений, «страна» – 10, «министр» – 8, «канцлер» – 7, «правительство» – 7, «гражданин» – 6 и др. [10].

При этом важной с точки зрения репрезентации особенностей картины мира и системы ценностей ЯЛ автора-ведущего телепрограммы оказывается лексика, имеющая ярко выраженную коннотативную окраску. В выпуске программы «Вести недели» от 17 апреля в речи Д. Киселева частотны употреблены: «тьма» – 6, «убийство» – 6, «война» – 3, «грозить» – 3, «жестокий» – 3 и др. [10].

Перспективным представляется использование принятой в коммуникативной стилистике текста методики анализа концептуальной структуры текста и адаптация данной методики для исследования индивидуального медиадискурса автора-ведущего телевизионной программы. Это может быть предметом специального исследования в дальнейшем.

Список литературы

1. Болотнова Н. С. Методики смыслового и лингвопрагматического анализа медиатекста: учебное пособие. Томск: Томский ЦНТИ, 2015. 156 с.
2. Болотнов А. В. О типах информационно-медийной языковой личности // Русская речевая культура и текст: материалы VIII Междунар. науч. конф. (17–18 апреля 2014 г.). Томск: Изд-во Том. ЦНТИ, 2014. С. 106–112.

3. Болотнов А. В. Информационное поле и его типы в медиакommunikации: лингвистический аспект // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2015. Вып. 9 (162). С. 28–33.
4. Болотнов А. В. О некоторых ключевых понятиях формирующейся информационно-медийной парадигмы в русистике // Вопр. когнитивной лингвистики. 2015. Вып. 1 (042). С. 111–116.
5. Каширин А. А. Критерии коммуникативно-прагматического анализа индивидуального медиадискурса тележурналиста-ведущего итоговой информационно-аналитической программы // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2014. Вып. 9 (150). С. 70–75.
6. Каширин А. А. О некоторых особенностях индивидуального медиадискурса журналиста – ведущего авторской телепрограммы // Коммуникативные исследования. 2015. № 2 (4). С. 75–85.
7. Радченко Е. И., Шевченко А. А. Исследование образа «тележурналиста» при помощи психосемантического анализа // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 2. С. 21.
8. Нугуманова Л. А. Невербальная коммуникация в телевизионном общении // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6. С. 796.
9. Анохин А. И. Специфические особенности и выразительные средства информационного телевидения // Вестник Чувашского университета. 2012. № 1. С. 276–280.
10. Вести недели. URL: <http://vesti7.ru/> (дата обращения: 23.08.2016).
11. Дмитрий Киселев: пропаганда – это просто попытка что-либо объяснить. URL: http://www.bbc.com/russian/features/2016/06/160624_kiselev_interview (дата обращения: 23.08.2016).
12. Каширин А. А. Индивидуальный медиадискурс журналиста – ведущего авторской телепрограммы в аспекте восприятия // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2015. Вып. 9 (162). С. 49–52.
13. Сайт компании TNS. URL: <http://www.tns-global.ru/> (дата обращения: 23.08.2016).
14. Сайт информационно-аналитической системы «Медialogия». URL: <http://www.mlg.ru/> (дата обращения: 23.08.2016).
15. Габоева З. М. Речевой портрет современного телеведущего // Наука и современность. 2011. № 8–3. С. 12–15.
16. Лавренченко Ю. С. Коммуникативные неудачи в речи ведущих современных просветительских телепередач: причины и следствия // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2013. Т. 13, № 1. С. 106–111.
17. Гордеева Н. Г., Крым И. А. Способы и средства выражения оценки в речи телеведущей Марианны Максимовской // Вестник Кемеровского государственного университета. 2012. № 4–3 (52). С. 134–138.

Каширин Антон Анатольевич, аспирант, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061). E-mail: anton.a.kashirin@gmail.com

Материал поступил в редакцию 13.12.2016.

DOI: 10.23951/1609-624X-2017-3-121-125

INDIVIDUAL MEDIA DISCOURSE OF INFORMATIONAL AND MEDIA LANGUAGE PERSONALITY OF PRESENTER OF AUTHOR'S TV PROGRAM AS A FORM OF REPRESENTATION OF HIS INFORMATIONAL FIELD

A. A. Kashirin

Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russian Federation

The authors specify the methodology of system analysis of author's TV program presenter's individual media discourse, taking into account understanding of individual media discourse as the representation form of his information field. Author-presenter's professional speech behavior organizes his individual media discourse, determining the holistic well-known journalist's image in circumstances of current discursive practice. At the same time specific peculiarities of his informational and media language personality's idiostyle reflect in television journalists's individual media discourse. Information field of media person is the space of communication which is organized in the process of different discursive practices in media communication. The authors consider separately such components of media personality information field as: 1) reputation and authority; 2) citation (publicity, prominence); 3) thesaurus, view of the world and system of values. Authority of TV presenter is strongly correlated with reputation of program. Citation of TV journalist is the main indicator of his effective professional activity. Thesaurus, picture of the world and system of values of TV journalist reflects features of idiostyle of his media personality. This features are directly reflected in the individual media discourse. As the example, the authors analyze some peculiarities of television journalist and author's TV program "Vesti nedeli" on TV channel "Rossiya 1" presenter D. Kiselev's language personality information field.

Key words: *media discourse, individual media discourse of a TV journalist, informational field of personality, informational and media language personality, author's TV program.*

References

1. Bolotnova N. S. *Metodiki smyslovogo i lingvopragmaticheskogo analiza mediateksta: uchebnoye posobiye* [Methods of semantic and pragmatic-linguistic analysis of media text: tutorial]. Tomsk, Tomskiy TsNTI Publ., 2015. 156 p. (in Russian).
2. Bolotnov A. V. Types of informational and media personalities. *Russkaya rechevaya kul'tura i tekst: materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (17–18 aprelya 2014) – Russian speech culture and text: materials of International scientific conference (the 17–18 of April 2014)*. Tomsk, Tomskiy TsNTI Publ., 2014. Pp. 106–112 (in Russian).
3. Bolotnov A. V. Informatsionnoye pole i ego tipy v mediakommunikatsii: lingvisticheskiy aspekt [Informational field and its types in media communication: linguistic aspect]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, vol. 9 (162), pp. 28–33 (in Russian).
4. Bolotnov A. V. O nekotorykh klyuchevykh ponyatiyakh formiruyushcheyssa informatsionno-mediynoy paradigmy v rusistike [Some key concepts of emerging information and media paradigm in Russian studies]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Questions of cognitive linguistics*, 2015, no. 1 (042), pp. 111–116 (in Russian).
5. Kashirin A. A. Kriterii kommunikativno-pragmaticheskogo analiza individual'nogo mediadiskursa telezhurnalista-vedushchego itogovoy informatsionno-analiticheskoy programmy [Criteria of the communicative and pragmatic analysis of the individual media discourse of a television presenter of the information and analytical program]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2014, vol. 9 (150), pp. 70–75 (in Russian).
6. Kashirin A. A. O nekotorykh osobennostyakh individual'nogo mediadiskursa zhurnalista – vedushchego avtorskoy teleprogrammy [Some features of individual media discourse of presenter of author's TV program]. *Kommunikativnye issledovaniya – Communication Studies*, 2015, no. 2 (4), pp. 75–85 (in Russian).
7. Radchenko E. I., Shevchenko A. A. Issledovaniye obraza “telezhurnalista” pri pomoshchi psikhosemanticheskogo analiza [Research of an image of “TV reporter” by means of the psychosemantic analysis]. *APRIORI. Seriya: Gumanitarnye nauki – APRIORI. Series: Humanities*, 2014, no. 2, pp. 21 (in Russian).
8. Nugumanova L. A. Neverbal'naya kommunikatsiya v televizionnom obshchenii [Non-verbal communication in a TV converse]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya – Modern problems of science and education*, 2013, no. 6, pp. 796 (in Russian).
9. Anokhin A. I. Spetsificheskiye osobennosti i vyrazitel'nye sredstva informatsionnogo televeshchaniya [Specific features and expressive means of informational television]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta – Bulletin of the Chuvash University*, 2012, no. 1, pp. 276–280 (in Russian).
10. *Vesti nedeli* [News of the Week] (in Russian). URL: <http://vesti7.ru/> (accessed 23.07.2016).
11. *Dmitriy Kiselev: propaganda – eto prosto popytka chto-libo ob'yasnit'* [Dmitriy Kiselev: Propaganda – it is simply an attempt to explain anything] (in Russian). URL: http://www.bbc.com/russian/features/2016/06/160624_kiselev_interview (accessed 23.07.2016).
12. Kashirin A. A. Individual'nyy mediadiskurs zhurnalista – vedushchego avtorskoy teleprogrammy v aspekte vospriyatiya [Individual media discourse of a presenter of author's TV program in the aspect of perception]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, vol. 9 (162), pp. 49–52 (in Russian).
13. *Sayt kompanii TNS* [The site of TNS] (in Russian). URL: <http://www.tns-global.ru/> (accessed 23.07.2016) (in Russian).
14. *Sayt informatsionno-analiticheskoy sistemy “Medialogiya”* [Website of information-analytical system “Medialogia”] (in Russian). URL: <http://www.mlg.ru/> (accessed 23.07.2016).
15. Gaboeva Z. M. Rechevoy portret sovremennogo teledvedushchego [Speech portrait of modern TV presenter]. *Nauka i sovremennost' – Science and modernity*, 2011, no. 8–3, pp. 12–15 (in Russian).
16. Lavrenchenko Yu. S. Kommunikativnye neudachi v rechi vedushchikh sovremennykh prosvetitel'skikh teleperedach: prichiny i sledstviya [Communication Failures in the Speech of Contemporary Educational Television Programmes Presenters: Reasons and Consequences]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta – Bulletin of the Saratov University*, 2013, vol. 13, no. 1, pp. 106–111 (in Russian).
17. Gordeeva N. G., Krym I. A. Sposoby i sredstva vyrazheniya otsenki v rechi teledvedushchey Marianny Maksimovskoy [Means and ways of expressing assessment in the speech of the television presenter Marianna Maksimovskaya]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Kemerovo State University*, 2012, no. 4–3 (52), pp. 134–138 (in Russian).

Kashirin A. A., Tomsk State Pedagogical University (ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061). E-mail: anton.a.kashirin@gmail.com