УДК 81.38/42

А. А. Каширин

АВТОРСКИЕ ТЕЛЕПРОГРАММЫ КАК ОБЪЕКТ КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ[1]

Рассматривается актуальный для коммуникативно-дискурсивного направления в русистике вопрос о специфике авторского телевизионного дискурса в современной системе средств массовой коммуникации. Ввиду коллективного характера телевизионного творчества обосновывается сложность определения дискурсивных границ индивидуально-авторских проявлений в телевизионных программах. Авторские телепрограммы, представляющие особый интерес с точки зрения коммуникативно-прагматического исследования, определяются как дискурсивная практика, в рамках которой организуется индивидуальный медиадискурс автора-ведущего программы как отражение его идиостиля. Выявлены основные формальные признаки авторских телевизионных программ: 1) автор программы является ее ведущим; 2) «авторский» статус заявлен в определении жанра (формата) программы; 3) ведущий программы позиционирует себя как ее автор; 4) имя ведущего представлено как название программы.

Ключевые слова: *медиадискурс, индивидуальный медиадискурс тележурналиста, авторская телепрограмма, коммуникативно-прагматический анализ.*

Медиакоммуникация играет в современном информационном обществе ключевую роль. Различные проявления медиадискурса активно изучаются в русле *коммуникативной стилистики текста* – направления, которое разрабатывается под руководством профессора Н. С. Болотновой в Томском государственном педагогическом университете [1–5].

В эпоху электронных средств массовой коммуникации (до изобретения Интернета) телевидение всегда занимало особое место в жизни человека, являясь не только средством организации досуга, но и основным источником информации. Сегодня телевидение уступает Интернету в скорости передачи сообщений. Интернет-СМИ, представленные в социальных сетях, осуществляют «доставку» информационных сообщений до адресата гораздо быстрее, чем телевизионные каналы через традиционные выпуски новостей. При этом пользователь Интернета имеет возможность формировать индивидуальную «информационную ленту», в то время как телезритель является только пассивным потребителем информационного продукта.

Однако телевидение не перестало быть востребованным медиаканалом. Оно по-прежнему производит культурно-развлекательные, научно-познавательные, информационно-аналитические и др. программы и фильмы – профессиональный видеоконтент, потребность в котором не могут удовлетворить сетевые СМИ.

Высокий воздействующий потенциал телевидения определяет интерес к изучению индивидуально-авторских проявлений тележурналиста. Коммуникативно-прагматический анализ индивидуального медиадискурса журналиста-ведущего телевизионной программы осуществляется по предложенным нами критериям: формат программы; графическое, цветовое и звуковое оформление; экспозиция съемки; модель взаимодействия с аудиторией; информационные поводы; внешний вид журналиста; жесты, мимика, интонация, особенности дикции, громкость и тембр голоса журналиста; использование приемов коммуникативного воздействия; использование тропов и риторических фигур. Таким образом, анализ индивидуального медиадискурса тележурналиста предполагает исследование лингвистических и паралингвистических особенностей его языковой личности, а также экстралингвистических факторов, определяющих функционирование программы данного формата в рамках телевизионного дискурса, который отличается сложной системой жанров [4].

В современной теории телевизионной журналистики под жанром понимается «исторически определившийся тип изображения реальной действительности, обладающий рядом относительно устойчивых признаков» [6, с. 172]. Н. В. Вакурова и Л. И. Московкин, взяв за основу классификацию Р. А. Борецкого и В. Л. Цвика, описывают жанровую структуру современной экранной продукции [7]. Классификация включает около 40 жанров, которые обслуживают разные направления телевизионной журналистики: беседа, брифинг, выступление (в кадре), документальный фильм, теледраматургия, журналистское расследование, зарисовка, игра, интервью, клип, комментарий, новости, пресс-конференция, репортаж, сериал, ток-шоу и др. О жанровом многообразии современного телевидения пишет и С. Л. Уразова [8]. Жанровая и прагмастилистическая специфика телевизионного текста характеризуется в учебном пособии «Современный медиатекст» [9]. Обилие жанров тележурналистики

[1] Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 15-04-00216.

свидетельствует о постоянном процессе «межжанровой диффузии» и возникновении все новых телевизионных форматов: «Система жанров СМИ, в том числе телевизионных, находится в постоянном процессе развития, изменяясь прежде всего в связи с появлением новых технологий телевидения и новых технических возможностей электронных СМИ» [9, с. 224]. Такая специфика телекоммуникации определяет интерес к ее активному исследованию (см. работы П. Бурдье, Н. Л. Горюновой, Н. В. Зверевой, М. Н. Ким, Г. В. Кузнецова и др.).

А. А. Тертычный выделяет три основных группы жанров современной журналистики: информационные («новостные»); исследовательские («аналитические», «расследовательские»); художественно-документальные [10, с. 47]. В общем виде такая классификация может быть соотнесена с типологией телевизионных программ. Однако для характеристики современной телепрограммы все чаще используется термин «формат» (см. о форматировании жанров на примере печатных СМИ в работе: [11]). Так, формат информационно-аналитической программы подразумевает сочетание таких публицистических жанров, как интервью, репортаж, комментарий, обозрение, информационное сообщение и др. Таким образом, формат телевизионной программы определяется набором используемых в ее производстве жанров. Формат ориентирован на форму коммуникации (на то, как передается информационное сообщение) и ее прагматический эффект. Р. Дилтс в работе «Фокусы языка», ссылаясь на специалиста по исследованию СМИ Маршалла Маклюэна, отмечает: «Средство передачи сообщения оказывает большее воздействие на то, как оно будет воспринято и истолковано, чем само сообщение» [12].

Антропоцентризм современной лингвистической науки обусловливает интерес к текстовой деятельности и языковой личности, стоящей за ней. В условиях телевизионной коммуникации в этом свете особого внимания заслуживают *авторские телепрограммы*.

Учитывая коллективный характер телевизионного творчества, вопрос о роли автора в производстве телепрограмм всегда был открытым. Сегодня, с развитием информационно-коммуникационных технологий, проблема взаимоотношения коллективного и авторского на телевидении становится еще актуальнее. В производстве любой программы принимает участие команда профессионалов: сценаристы, редакторы, операторы, звукорежиссеры, осветители и др. При этом одной из черт современной медиасреды является феномен *персонифицированной информации*: все информационные сообщения воспринимаются адресатом через личность журналиста, поэтому в сознании зрительской аудитории образ журналиста-ведущего ассоциируется с автором программы. Авторитет и популярность журналиста в значительной степени определяют успех телепрограммы. Этим обусловливается стремление телеканалов приглашать известных людей в качестве ведущих своих программ и передач. Таким образом, при исследовании коммуникативно-прагматических особенностей авторских телевизионных программ необходимо учитывать проблему соотношения авторской позиции и редакционной установки, а также политики телеканала в целом.

Авторская телепрограмма рассматривается автором статьи как дискурсивная практика, в рамках которой в процессе профессионального речевого поведения формируется узнаваемый образ автора-ведущего программы, то есть организуется его *индивидуальный медиадискурс* (см., например, работы [4, 5] и др.). Индивидуальный медиадискурс ведущего авторской телепрограммы в свою очередь является отражением его идиостиля.

Ввиду отсутствия четких границ определения авторского телевидения в целом, представляется необходимым выделить формальные ***признаки авторской телевизионной программы***, которая в настоящем исследовании рассматривается в качестве объекта *коммуникативно-прагматического анализа*.

1. Автор программы является ее ведущим. Это ключевой признак, который отмечает Л. С. Акопян [13].

Так, согласно данным официального сайта телекомпании «НТВ», в ее эфире выходит 7 авторских проектов [14]. Однако авторы выступают в качестве ведущих только в 3 программах («Точка», автор-ведущий М. Шевченко; «Поздняков», автор-ведущий К. Поздняков; «Еда живая и мертвая», автор-ведущий С. Малоземов).

2. «Авторский» статус заявлен в определении жанра (формата) программы. Это формальный признак, отражающий позицию редакции программы и телеканала («Авторская программа Аркадия Мамонтова» («Россия 1», А. Мамонтов); «Момент истины» («Пятый канал», А. Караулов); «Постскриптум» («ТВ Центр», А. Пушков); «Открытым текстом» («Ren TV», А. Вассерман); «Кто там…» («Культура», В. Верник) и др.).

Позиционирование ведущего авторской программы определяется политикой телеканала, которая диктуется в том числе и характером его собственника. Так, на веб-странице «Авторской программы Аркадия Мамонтова», которая выходит в эфир государственного телеканала «Россия 1», отмечается: «*Автор и коллектив считают, что поступают правильно, показывая тяжелую жизненную правду, потому что тем самым защищают национальные интересы России*» [15]. Использование устойчивых

оценочных форм (ср.: «*тяжелая жизненная правда*», «*национальные интересы*», «*четкая гражданская позиция*», «*защита интересов*», «*простые люди*», «*бурная реакция у общественности*» и др.) отражает общую тональность «гражданского пафоса» программы, формат которой определяется жанром журналистского расследования.

Другая модель редакционного позиционирования автора-ведущего телепрограммы представлена на интернет-странице авторской программы Анатолия Вассермана на телеканале Ren TV: «*Журналист и политический консультант, многократный победитель интеллектуальных игр – человек, который не боится говорить о самом насущном*» [16]. Таким образом, ведущий программы характеризуется редакцией как компетентный специалист, обладающий собственной точкой зрения на происходящие события в стране и мире. Независимость мнения автора-ведущего, а также его аналитико-прогностические особенности подчеркиваются и названием программы («Открытым текстом»), и использованием лексических маркеров (ср.: «*свой взгляд*», «*точные ответы*», «*здесь Вассерман*», «*что значат эти события для нас и к чему они приведут*»).

3. Ведущий программы позиционирует себя как ее автор.

Примером этого может служить высказывание журналиста Д. Киселева, который после своего назначения ведущим еженедельной информационно-аналитической программы «Вести недели» заявил в интервью РИА Новости: «Формат претерпит изменения, программа будет авторской, изменится интонация» [17]. Данное заявление журналиста примечательно в том смысле, что программа «Вести недели», выходящая на государственном телеканале «Россия 1», представляет собой отражение официальной позиции государства на события в стране и мире.

В выпуске программы «Вести недели» от 28.04.2013 г. в подводке к сюжету «Америка не была готова к Царнаевым» [18] Д. Киселев, используя метафору «черное зеркало» (от названия английского телесериала), размышляет о роли коммуникационных технологий в жизни современного общества: «*И вот мы уже – тревожные наблюдатели, а „черное зеркало“ ваш мозг кормит, поощряя зависимость. Потом уж и непонятно, кто кем управляет: вы – экраном или экран – вами. В любом случае в мире много профессий, чья работа – управлять людьми с той стороны экрана*». Обращаясь к коммуникативной стратегии самопрезентации, журналист четко определяет свою авторскую позицию в программе, которая диктуется патриотическим чувством и, по сути, отождествляется с позицией государства, что подчеркивается использованием глаголов в форме первого лица множественного числа и местоимения «мы»: «*Я понял. Мы подошли к точке, когда вам хочется спросить про нас. Типа, а вы-то кто сами, „Вести недели“, вы ж тоже проявляетесь сквозь „черное зеркало“. Да, так. Но мы честно обсуждаем с вами смыслы. Мы не скрываем своей позиции. И, надеюсь, понятно, что движет нами любовь – к России, ко всем, кто „Вести недели“ смотрит, к вашим детям, уважение к вашим родителям, бабушкам и дедушкам. И мы понимаем свою ответственность. Нам можно возражать, но можно и опереться. Хейтеры – не в счет*».

Стратегия «авторского» самопозиционирования является ключевой (системообразующей) в организации индивидуального медиадискурса автора-ведущего телепрограммы. Приведенный выше фрагмент дискурса Д. Киселева – пример ярко выраженной эксплицитной реализации данной коммуникативной стратегии. Самопозиционирование автора-ведущего телевизионной программы регулируется авторским замыслом. Так, в программе «Что едим?» на познавательном телеканале «Еда» автор-ведущий А. Ишевский создает образ компетентного в области пищевой промышленности и диетологии специалиста, для которого характерна доступность изложения и установка на доверительное общение: «*Бисмарк говорил: лучше не знать, как делается политика и колбаса. Я не знаю, как делается политика, но знаю, из чего делается колбаса. Поговорим об этом*» [19].

4. Имя ведущего представлено как название программы. Это необязательный признак авторской телепрограммы.

Использование имени ведущего в качестве названия программы, с одной стороны, может указывать на ее авторский статус («Познер» («Первый канал», В. Познер); «Поздняков» («НТВ», К. Поздняков) и др.), с другой стороны – служить средством привлечения зрительского внимания, когда в качестве ведущего приглашается популярная личность. Так, авторской нельзя назвать, например, программу «Вечерний Ургант», которая выходит в эфире «Первого канала». Формат вечернего развлекательного шоу, заимствованный из американской телевизионной традиции, характеризуется ярким, харизматичным образом ведущего, обладающим узнаваемым индивидуальным стилем, но такое шоу является продуктом профессиональной деятельности целой команды авторов-сценаристов и не может быть определено как авторское произведение.

Таким образом, в авторских телепрограммах «действующим лицом является автор-ведущий» [13, с. 115], человек, обладающий талантом, яркой индивидуальностью, которые определяют неповторимое своеобразие программы. Такая программа (на всех

уровнях ее создания) строго подчинена авторскому замыслу, отражает мировидение автора-ведущего.

Перспективным направлением дальнейшего исследования является рассмотрение вопроса о типах и идиостиле *информационно-медийной языковой личности* (А. В. Болотнов) в условиях современного телевизионного дискурса. Предполагается доработка и апробация методики системного анализа индивидуального медиадискурса телеведущего в коммуникативно-прагматическом аспекте с учетом особенностей авторских телепрограмм.

Список литературы

1. Болотнова Н. С. Коммуникативная стилистика текста: медийные коммуникативные универсалии // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2015. № 9 (162). С. 19–27.
2. Курьянович А. В. Эпистолярная языковая личность в условиях массмедийной коммуникации: опыт социолингвистического анализа дискурсивных свойств (на материале текстов online-петиций) // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2015. № 9 (162). С. 34–41.
3. Болотнов А. В. Информационное поле и его типы в медиакоммуникации: лингвистический аспект // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2015. № 9 (162). С. 28–33.
4. Каширин А. А. Критерии коммуникативно-прагматического анализа индивидуального медиадискурса тележурналиста-ведущего итоговой информационно-аналитической программы // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2014. № 9 (150). С. 70–75.
5. Каширин А. А. Особенности индивидуального медиадискурса журналиста Д. Киселева (на материале программы «Вести недели») // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2015. № 6 (159). С. 143–147.
6. Телевизионная журналистика: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. / ред. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М.: Изд-во Моск. ун-та; Высшая школа, 2002. 304 с.
7. Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции. URL: http://evartist.narod.ru/text3/08.htm#_top (дата обращения: 26.11.2015).
8. Уразова С. Л. О жанровом многообразии телепрограмм в контексте инновационного подхода к анализу телевидения // Вестн. Южно-Уральского гос. ун-та. 2011. № 1 (218). С. 48–55.
9. Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н. А. Кузьмина. Омск, 2011. 414 с.
10. Тертычный А. А. Методологическая роль жанров в познавательной деятельности журналиста // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 4. С. 42–48.
11. Тертычный А. А. Форматирование жанров в периодических печатных средствах массовой информации в России // Российский гуманитарный журнал. 2013. Т. 2. № 2. С. 117–130.
12. Дилтс Р. Фокусы языка. URL: http://psihosite.hut.ru/index.html (дата обращения: 26.11.2015).
13. Акопян Л. С. Авторы телепередач и аудитория. Взаимосвязь // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2014. Т. 3. № 6. С. 115–120.
14. НТВ. Официальный сайт телекомпании. URL: http://www.ntv.ru/ (дата обращения: 26.11.2015).
15. «Авторская программа Аркадия Мамонтова». Сайт программы. URL: http://russia.tv/brand/show/brand_id/9361/ (дата обращения: 26.11.2015).
16. «Открытым текстом». Сайт программы. URL: http://ren.tv/proekti/otkrytym-tekstom-s-anatoliem-vassermanom (дата обращения: 26.11.2015).
17. Новый ведущий «Вестей недели» планирует изменить формат программы // Сайт «РИА Новости». URL: http://ria.ru/media/20120823/729250825.html (дата обращения: 26.11.2015).
18. «Вести недели». Вып. от 28.04.2013. URL: http://vesti7.ru/archive/index?edate=28.04.2013 (дата обращения: 26.11.2015).
19. «Что едим?». Сайт телеканала «Еда». URL: http://www.tveda.ru/video-recepty/chto-edim/iz-chego-delayut-kolbasu/ (дата обращения: 07.02.2016).

Каширин А. А., аспирант.
Томский государственный педагогический университет.
Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.
e-mail: anton.a.kashirin@gmail.com

Материал поступил в редакцию 15.02.2016.

A. A. Kashirin

AUTHOR'S TV PROGRAMS AS AN OBJECT OF COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC RESEARCH

The article deals with actual question for communicative-discoursive direction in Russian philology about the specifics of the author's television discourse in the modern system of mass communication. In view of the collective nature of television creativity the difficulty of defining the discursive boundaries of individual-author's manifestations in television programs is substantiated. Author television programs, which represent particular interest in terms of

communicative and pragmatic research, are defined as discursive practice, in which individual media discourse is organized by the author-presenter of the program as a reflection of his idiostyle. Reveals the following formal features of author television programs: 1) author of the program is its presenter; 2) "author" status is declared in the title of the program or in the definition of its genre / format; 3) the presenter of the program is self-positioned as its author; 4) the name of presenter is used as the name of the program.

Key words: *media discourse, individual media discourse of a TV journalist, author's TV program, communicative and pragmatic analysis.*

References

1. Bolotnova N. S. Kommunikativnaya stilistika teksta: mediynye kommunikativnye universalii [Communicative stylistics of text: media communicative universals]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, no. 9 (162), pp. 19–27 (in Russian).
2. Kur'yanovich A. V. Epistolyarnaya yazykovaya lichnost' v usloviyakh massmediynoy kommunikatsii: opyt sotsiolingvisticheskogo analiza diskursivnykh svoystv (na materiale tekstov online-petitsiy) [Epistolary language personality under the conditions of the mass media of communication: experience of sociolinguistic analysis of discursive properties (on the online petitions texts)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, no. 9 (162), pp. 34–41 (in Russian).
3. Bolotnov A. V. Informatsionnoye pole i ego tipy v mediakommunikatsii: lingvisticheskiy aspect [Informational field and its types in media communication: linguistic aspect]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, no. 9 (162), pp. 28–33 (in Russian).
4. 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, no. 9 (150), pp. 70–75 (in Russian).
5. Kashirin A. A. Osobennosti individual'nogo mediadiskursa zhurnalista D. Kiseleva (na materiale programmy "Vesti nedeli") [Features of individual media discourse of journalist D. Kiselev (on the material of program "News of the Week")]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, no. 6 (159), pp. 143–147 (in Russian).
6. *Televizionnaya zhurnalistika* [Television journalism]. Moscow, 2002. 304 p. (in Russian).
7. Vakurova N. V., Moskovkin L. I. *Tipologiya zhanrov sovremennoy ekrannoy produktsii* [Typology of genres of modern on-screen products]. URL: http://evartist.narod.ru/text3/08.htm#_top (accessed 26 November 2015) (in Russian).
8. Urazova S. L. O zhanrovom mnogoobrazii teleprogramm v kontekste innovatsionnogo podkhoda k analizu televideniya [On the genre variety of TV programs in the context of an innovative approach to the analysis of television]. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika – Bulletin of the South Ural State University. Series "Linguistics"*, 2011, no. 1 (218), pp. 48–55 (in Russian).
9. *Sovremennyy mediatekst* [Contemporary mediatext]. Omsk, 2011. 414 p. (in Russian).
10. Tertychnyy A. A. Metodologicheskaya rol' zhanrov v poznavatel'noy deyatel'nosti zhurnalista [Methodological role of genres in cognitive function of journalist]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and practical issues of journalism*, 2014, no. 4, pp. 42–48 (in Russian).
11. Tertychnyy A. A. Formatirovaniye zhanrov v periodicheskikh pechatnykh sredstvakh massovoy informatsii v Rossii [Genre formatting in periodic printed media of Russia]. *Rossiyskiy gumanitarnyy zhurnal – The Liberal Arts in Russia*, 2013, vol. 2, no. 2, pp. 117–130 (in Russian).
12. Dilts R. *Fokusy yazyka* [Sleight of Mouth]. URL: http://psihosite.hut.ru/index.html (accessed 26 November 2015) (in Russian).
13. Akopyan L. S. Avtory teleperedach i auditoriya. Vzaimosvyaz' [TV programmes' authors and audience. Interconnections]. *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya v sovremennom mire – Basic and applied research in the modern world*, 2014, vol. 3, no. 6, pp. 115–120 (in Russian).
14. *NTV. Ofitsial'nyy sayt telekompanii* [NTV. The official website of the telechannel]. URL: http://www.ntv.ru/ (accessed 26 November 2015) (in Russian).
15. "Avtorskaya programma Arkadiya Mamontova". *Ofitsial'nyy sayt programmy* ["Author's TV program of Arkadiy Mamontov". The official website of the programme]. URL: http://russia.tv/brand/show/brand_id/9361/ (accessed 26 November 2015) (in Russian).
16. "Otkrytym tekstom". *Ofitsial'nyy sayt programmy* ["In clear". The official website of the programme]. URL: http://ren.tv/proekti/otkrytym-tekstom-s-anatoliem-vassermanom (Accessed: 26 November 2015) (in Russian).
17. Novyy vedushchiy "Vestey nedeli" planiruet izmenit' format programmy. Sayt "RIA Novosti" [The new presenter of "News of the Week" is planning to change the format of the program. Website "RIA News"]. URL: http://ria.ru/media/20120823/729250825.html (accessed 26 November 2015) (in Russian).
18. "Vesti nedeli". 28.04.2013. Ofitsial'nyy sayt programmy ["News of the Week". The official website of the programme]. URL: http://vesti7.ru/archive/index?edate=28.04.2013 (accessed 26 November 2015) (in Russian).
19. "Chto edim?" ["What do we eat?"]. *Sayt telekanala "Eda"* [Website of the telechannel "Food"]. URL: http://www.tveda.ru/video-recepty/chto-edim/iz-chego-delayut-kolbasu/ (Accessed: 7 February 2016) (in Russian).

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