

А может быть ситуация, когда такое вторжение еще более очевидно, поскольку заключается в монтажных вставках. Пример такой работы мы встречаем на ресурсе «Антипропаганда». Авторы этого ресурса можно назвать телевизионными критиками. Они выбирают из эфира центральных российских каналов конкретные новостные сюжеты и рассматривают на их примере действие механизмов пропаганды и манипуляции. Монтажно на стопкадре прописывается каждый манипулятивный прием, замеченный аналитиками. Что же мы получаем в результате? Вроде бы исходное произведение не изменилось, не подверглось никакой правке. Однако из информационного оно трансформировалось в аналитическое, из обращенного к широкой аудитории в специализированное (для тех, кто интересуется пропагандой). А главное – относительно авторства оно стало коллективным.

Таким образом, по признаку авторства мы отчетливо наблюдаем мутацию видео и важность контекстного подхода к определению его типа.

Если подобным же образом мы проанализируем сетевое видео по всем отмеченным ранее значимым параметрам, то легко заметим, что одно и то же аудиовизуальное произведение может изменять свой тип в зависимости от ресурса, на котором располагается, а следовательно, принципиально значимым является контекстный подход.

Контекстная типология предполагает, что мы определяем тип видеопроизведения в данных конкретных условиях в той среде, в которую оно помещено и которая трансформирует его функции, интерпретацию его содержания пользователем. В интернете, пожалуй, впервые пользователь определяет, каким быть тому или иному материалу. Его роль становится невероятно активной, и по своему желанию он может сделать проходное, рядовое видео рейтинговым и даже культовым.

Лізавета Хмель

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

АГРЭСІЯ Ў ТЭЛЕЭФІРЫ: СТРАТЭГІІ І ТАКТЫКІ

Да нядаўняга часу мова тэлебачання была прыкладам нарматыўнасці, аднак зараз у журналісцкай практыцы наглядаецца іншая ўстаноўка. Дэмакратызацыя мовы дазволіла чалавеку адчуць вербальную свабоду, што, у сваю чаргу, выклікала павелічэнне долі спантаннага і часта ненарматыўнага публічнага маўлення. Такія паводзіны абумоўлены тым, што сучаснае грамадства падтрымлівае імкненне асобы да максімальнага самавыражэння і адкрытага прадстаўлення сваіх намераў і думак. На

жаль, гэта прывяло да таго, што агрэсіўнасць у тэлеэфіры становіцца свядома пажаданым тыпам маўлення. Часам тэлеканалы для павышэння рэйтынгаў сваіх праграм нават стымулююць рост маўленчай агрэсіі ў публічнай камунікацыі, што, у сваю чаргу, прыводзіць да фарміравання канфліктнага сацыяльнага асяроддзя.

Маўленчая агрэсія ўключае ў сябе, па-першае, маніпуляванне свядомасцю адрасата, якое ажыццяўляецца пасродкам мовы, «відавочнае і настойлівае навязванне адрасату пэўнага пункту гледжання, якое пазбаўляе яго выбару і магчымасці зрабіць асабісты вывад, самастойна прааналізаваць факты» [2, с. 32]. Па-другое, агрэсія выступае як «неаргументаванае ці недастаткова аргументаванае адкрытае або латэнтнае вербальнае ўздзеянне на апанента, з мэтай змянення яго жыццёвых устаноў» [2, с. 33]. І, нарэшце, агрэсія можа быць «накіравана на знявагу і наўмысную шкоду чалавеку, прычым дадзеная праграмычная ўстаноўка не абавязкова павінна быць звязана з жаданнем гаворакага змяніць намеры і светапогляд адрасанта» [4, с. 101].

Характарызуючы маўленчую агрэсію на тэлеэкране, лічым падкрэсліць яе свядомы характар: гэта мэтанакіраванае, матываванае, негатыўнае ўздзеянне, якое прагназуе свядомы выбар як маўленчых стратэгий, так і моўных сродкаў. Адрасант (герой студыі, эксперт, вядучы) накіроўвае свае агрэсіўныя дзеянні на свайго партнёра (гледача) або на аб'ект размовы. Найбольш яскрава агрэсіўныя паводзіны праяўляюцца падчас ток-шоу, задача якога – актывізаваць успрыманне зместу, заключанага ў праграме з дапамогай дыскусіі і розных процілеглых меркаванняў герояў. На працягу праграмы адрасант выбірае пэўную маўленчую стратэгію згодна са сваімі камунікатыўна-прагматычнымі мэтамі, аднак, як паказвае практыка, выбар робіцца на карысць агрэсіўных паводзін. Прычына крыецца ў наступным: «добрыя» ці «станоўчыя» праграмы з'яўляюцца для нас нормай. У той час, калі з'явы, якія парушаюць норму, канцэнтруюць на сябе ўвагу і аказваюцца найбольш актуальнымі і папулярнымі сярод гледачоў.

Як слухна адзначае В. Самусевіч, моўная агрэсія можа адкрыта праяўляцца ў выглядзе прамых выпadaў, пагроз і абраз у адрас суразмоўцы, а можа маскіравацца пад інфармаванне, але моўныя сродкі пры гэтым падбіраюцца камунікантам так, каб выклікаць у адрасата негатыўныя пачуцці і эмоцыі [3].

У тэлевізійным дыскурсе спецыфіка адбору і арганізацыі маўленчых сродкаў, стылістычных і рытарычных прыёмаў для выражэння негатыўных адносінаў да прадмета размовы абумоўліваецца тым, што

вусны публічны дыскурс заўсёды жорстка рэгламентаваны, г. зн. у гаворакага няма часу для разгорнутых выказванняў, таму выражэнні з негатыўнасцю неабходна канцэнтравать у невялікім маўленчым матэрыяле. У гэтым выпадку адрасант вымушаны скарыстацца самай дзейснай і прастай тактыкай маўленчай агрэсіі – ацэньваннем. Маўленчая спецыфіка ацэначных выказванняў вызначаецца імкненнем аўтара пазбегнуць прамалінейнага выражэння ацэнкі, паколькі гэта зніжае эфектыўнасць уздзеяння на масавага адрасата.

Самым распаўсюджаным спосабам абяззбройвання свайго апанента службыці латэнтнае ацэньванне ў выглядзе экспліцытнага і імпліцытнага ўказання на яго некампетэнтнасць у адносінах да адмяркоўваемай праблемы. Даследчык Т. Варанцова называе гэта «фактарам прафесіянала», калі ідзе прамое ці ўскоснае ўказанне на прафесійную некампетэнтнасць. Так, у адным з выпускаў праграмы «Форум» удзельнікі абмяркоўвалі павышэнне культуры байкерскай язды і зніжэнне небяспечнасці на дарозе. Падчас размовы госці праграмы выказвалі розныя меркаванні адносна мэтазгоднасці стварэння байкерскай школы і каму належыць права браць на сябе адказнасць за адукацыю маладых байкераў. Да прыкладу, Сяргей Навуменка (байкер) – Аляксандру Бялову (заснавальнік байкерскай школы кіравання): *Обучать экстремальному вождению в Беларуси имеет право только Сергей Овчинников!* (праграма «Форум», 18.04.2016.) Тут відавочна, што адрасант ускосна падкрэсліў, што А. Бялоў, заснавальнік байкерскай школы кіравання, адзін з герояў перадачы, – не прафесіянал у дадзенай сферы і не мае права займацца гэтай дзейнасцю.

Частотным спосабам выражэння негатыўнай катэгарычнай ацэнкі з'яўляецца навешванне ярлыкоў, якія загадзя на падсвядомым узроўні носьбіта мовы актуалізуюцца ўжо як пэўная ацэначная аксіёма [2, с. 56]. Напрыклад, Рыгор Кастусёў (член партыі БНФ) – Аляксею Камаю (першы сакратар Гомельскага абкома партыі): *Вот Вы, коммунист, председатель КП Гомельского обкома, а не знали о происходящем?* (праграма «Дело принципа», 02.15.2016.).

Распаўсюджаным спосабам устанаўлення камунікатыўнага дысбалансу на тэлебачанні з'яўляецца ацэнка камунікатыўнай кампетэнтнасці суразмоўцы праз дэвальвацыю яго выказванняў. Часцей за ўсё захоп камунікатыўнай ініцыятывы дасягаецца праз негатыўную ацэнку папярэдняга выказвання камуніканта [1, с. 573].

У публічным дыялогу, разлічаным на ўспрыманне шматмільённай аўдыторыі, у якім прадугледжаны роўныя правы для ўсіх камунікантаў

на камунікацыю, факт ацэнкі з’яўляецца парушэннем дыскурсіўных канвенцый. Безумоўна, кожны адрасант мае права даваць ацэнку дзеянням і пры неабходнасці крытыкаваць, аднак такія дзеянні заўсёды маюць патрэбу ў матывіроўцы і аргументацыі, у адваротным парадку – яны будуць расцэнывацца як агрэсія.

Дзейснай тактыкай выражэння негатыўных адносінаў да партнёра з’яўляецца таксама адмаўленне ад ідэнтыфікацыйнай намінацыі – так званае «абязлічванне апанента» [1, с. 574]. Тэлебачанне ўяўляе сабой зрокавае і слыхавое ўспрыманне, таму прадугледжана, што на працягу праграмы гасцей абавязкова павінны знаёміць. Далейшы дыялог будзе пабудаваны па прынцыпе звароту да ўдзельніка камунікацыі па імені і імені па бацьку для таго, каб падскрэсліць, да каго звяртаюцца, і каб тэлегледачам лішні раз нагадаць пра чалавека. Такім чынам, калі адрасант не выкарыстоўвае для намінацыі свайго апанента ўласнае імя, гэта ўваходзіць у яго камунікатыўныя намеры. Замест канвенцыянальнага ветлівага звароту часцей за ўсё выкарыстоўваюцца «гіперанімічныя» намінацыі тыпу *чалавек, суб’ект, людзі* або адрасантам ідзе абазначэнне па палавой прыкмеце накіштальт *малады чалавек, жанчыма, дама*.

У выніку, агрэсіўныя паводзіны ў тэлеэфіры ўяўляюць сабой мэтанакіраванае камунікатыўнае дзеянне, арыентаванае на тое, каб устанавіць адносіны дамінавання над адрасатам ці выклікаць негатыўны эмацыйна-псіхалагічны стан у аб’екта маўленчага ўздзеяння, і ўвасабляюцца ў розных маўленчых тактыках, якія складаюць канчатковую стратэгію агрэсіўнага ўзаемадзеяння.

Літаратура

1. Воронцова, Т. А. Речевая агрессия, толерантность, вежливость / Т. А. Воронцова // Язык СМИ и политика (коллективная монография) / под ред. Г. Я. Солганика. – М.: Изд-во Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. – 952 с.
2. Петрова, Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: учеб. пособие / Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибургская. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 160 с.
3. Самусевіч, В. М. Праявы маўленчай агрэсіі з друку / В. М. Самусевіч. – [Электронны рэсурс]. – Ражым доступу <http://elbib.bsu.by/bitstream/123456789/18382/1/Samusevich.PDF> – Дата доступу: 07.05.2016.
4. Формановская, И. Н. Речевое общение / И. Н. Формановская. – М.: Русский язык, 2002. – 216 с.