

ІМІДЖЕВИЙ ТИП “ДИПЛОМАТ” ЯК ПОСЕРЕДНИК У СИТУАЦІЇ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОНФЛІКТУ

В статье проанализированы имиджи ведущих популярных политических ток-шоу. Детализированы особенности их вербальных и невербальных проявлений, объединенных имиджевым типом “Дипломат”.

Ключевые слова: конфликт, имидж, вербальное поведение, невербальное поведение, СМИ, влияние, речевые действия, такесика, проксемика, кинесика, жестика.

The image of TV presenters in popular political talk-shows is analyzed in the article. The feature of verbal and nonverbal behavior of anchormen, united by an imaginary type “Diplomat” is detailed.

Key words: conflict, image, verbal behavior, nonverbal behavior, MASS-MEDIA, influence, speech act, Tacesics, Proxemics, Kinetics, gesture.

Поняття конфлікту на сучасному історичному етапі є соціальним феноменом, що просотує всі сфери людського буття та вивчається різними науками [1], насамперед — конфліктологією, яка має інтегративний характер. Протягом життя кожний індивід так чи інакше самовизначається й самостверджується в процесі конфліктологічної взаємодії [1], витлумаченої вченими (А. М. Холод, А. Бартошек) як невід’ємний складник громадського суспільства, що здійснює прямий вплив на нормування та втілення на практиці його суспільних ідеалів [4] і саме тому часто привертає увагу мас-медіа, у першу чергу, найголовнішого каналу сприйняття інформації сучасною людиною — телебачення [3]. Як засіб комунікації воно створює свою реальність, що стає частиною суб’єктивної реальності людини, формуючи індивідуальну та загалом суспільну думку й визначаючи запрограмоване ставлення до певних подій, насамперед — політичних, часто представлених у жанрі політичних ток-шоу. Останні, як зазначає Ю. А. Го-

лоднікова, на даному етапі розвитку вітчизняного телебачення “займають особливе місце в списку розважальних програм. Для України цей жанр означає прорив у напрямку демократизації інформаційного простору країни, розвитку комунікативних можливостей діалогічних форм, і в той же час — показник аполітичності суспільства, що не бажає зробити вибір між Сциллою й Харибдою — страхаючою істиною та дивовижною неправдою” [4]. Сучасна політична ситуація в країні, а також часто некоректна поведінка деяких можновладців, які беруть участь у подібних програмах, власне й призводять до великої кількості конфліктів у прямому ефірі. В загальному вигляді політичні конфлікти — це форма взаємовідносин між окремими особистостями, партіями, політичними групами, класами, націями, державами з питань влади [1], проте в аналізованому матеріалі дуже часто йдеться про гострі суперечки між політичними лідерами, керівниками партій, фракцій у парламенті, пересічними громадянами. В таких випадках, на думку А. Здравомислова, політики виступають вже не як представники інтересів якихось соціальних груп, а як конфліктуючі індивідуальності [цит. за: 1].

Основну роль у виникненні конфліктів відіграють так звані конфліктогени (“те, що сприяє конфліктові”) — слова, дії (бездіяльність), що можуть призвести до конфліктних ситуацій. Оскільки люди більшою мірою чутливіші до слів інших, ніж до своїх, на конфліктоген, спрямований на їхню адресу, вони прагнуть відповісти ще потужнішим конфліктогеном, що пояснюється властивістю людської природи [1]. Це й спричиняє конфлікти, де коректний учасник, на думку М. І. Пірена [1], повинен володіти наступними рисами: “талант, смак, розум, здоровий глузд”, а також “високий соціальний статус, авторитет і досвід” [1]. У випадку аналізованих політичних ток-шоу такою особою є ведучий. Він виступає як посередник та здійснює модерування, обираючи певну лінію вербальної та невербальної поведінки, що не тільки впливає на перебіг телепрограми, а й творить його власний імідж (про кореляцію поведінки ведучого з його іміджем див. [5]).

Метою дослідження, отже, є встановлення особливостей вербальної та невербальної поведінки телеведучих політичних ток-шоу як потенційно конфліктогенних медіаторів. Це передбачає необхідність розв’язання наступних завдань:

- 1) окреслити вербальні ознаки ведучих таких програм;
- 2) описати притаманні їм невербальні характеристики;

3) виявити корелятивну специфіку виокремлених складників, а також особливості їхнього вияву в ситуаціях конфлікту.

В процесі роботи нами використано кількісний та описовий методи для обробки даних, отриманих при аналізі фактичного матеріалу.

Об'єктом дослідження є імідж ведучих телепрограм, предметом — його конкретні вербальні й невербальні вияви.

Фактичний матеріал нашої роботи становлять відеозаписи програм “Відкритий доступ” та “Шустер-live”, де, за результатами попереднього етапу дослідження [6], образ ведучого відіграє визначну роль і викликає позитивні емоції. Новизна дослідження полягає в комплексному підході до аналізу іміджів ведучих, розглянутих у єдності їхніх вербальних і невербальних складників.

Розглядаючи імідж як цілісне повідомлення, трансльоване у процесі комунікації його носієм, ми спираємося на думку Т. Ю. Ковалевської, яка стверджує, що “раціональне та емотивне навантаження вербальних комплексів не вичерпує загальної інформативності комунікативних актів” і що “будь-який жест, мімічний рух, будь-яка поза передують вербальній частині”, бо “вербальне повідомлення накладається на невербальний компонент і розгортається переважно за умови недостатньої інформативності останнього” [5:84]. В. О. Пронников та І. Д. Ладанов також зазначають, що “людське спілкування — це не лише говоріння і слухання. Це якнайскладніший процес мімічних дій і рухів тіла. Взагалі спілкування як процес соціальної комунікації має два боки — вербальний і невербальний” [цит. за: 5:85]. Наведене акцентує на єдності вербального та невербального складників іміджу, вербальний бік якого аналізуємо в межах типології мовленнєвих дій (МД), запропонованої С. А. Сухих [6], який відповідно виокремлює такі класи, як репрезентативи (функцією яких є надання уявлення про стан речей), регулятиви (що безпосередньо чи опосередковано регулюють предметну поведінку та стан партнера), інтерогативи (використовуються для отримання інформації), експресиви й квазіекспресиви (виражають внутрішній стан партнера) й структури (сегментують дискурс) [7].

Для аналізу невербальної частини іміджу використовуємо характеристики, наведені В. Н. Панкратовим [8], де немовне спілкування розглядається в таких аспектах, як **такесика**, **проксеміка**, **кінесика** та **жестика**. **Такесика** вивчає дотики в різноманітних ситуаціях спілкування і поділяється на *динамічну* та *статичну*. В межах **проксеміки** як галузі, що досліджує розташування людей у просторі, виокремлюють

інтимну (до 45 см), *особисту* (45–120 см), *соціальну* (120–400 см) та *публічну* (більше 400 см) зони — дистанції спілкування. **Кінесика** опікується зовнішнім виявом людських емоцій та відчуттів і, у свою чергу, розмежовується на *міміку* (визначає релевантні в окремому випадку рухи м'язів обличчя — лоба, очей, підборіддя, брів, носа чи рота) й *пантоміміку* (досліджує моторику всього тіла та/чи окремі її фактори: поза, хода, постава). **Жестика** ж передбачає поглиблене вивчення окремих рухів частин людського тіла. Так, у спілкуванні жести виконують різноманітні функції: афектно-комунікативну (виражають відчуття, волю, бажання, інші стани, перебіг перцептивних, мімічних, інтелектуальних процесів, сигналізують про відносини, установки, оцінки), регулятивно-комунікативну (маркують встановлення, підтримання та завершення контакту), інформативно-комунікативну (презентують інформацію) [цит. за: 9]. За співвідношенням вербальної і невербальної інформації в процесі комунікації жести також поділяються на комунікативні (заміщують у мовленні елементи мови), описово-образотворчі (супроводжують конкретні мовні дії та втрачають сенс поза ситуативним контекстом), модальні (виражають оцінку предметів, явищ, людей) [цит. за: 9]. Для оптимізації дослідження на рівнях кінесики та жестики вводимо і надалі оперуватимемо поняттям “кінема”, витлумаченим як “одиниця системи паравербальних засобів комунікації як знакових супровідників мовлення у процесі спілкування” [10].

Ведучі, об'єднані іміджевим типом “Дипломат” (про виокремлену автором типологію іміджів телеведучих див. [6]), практично з однаковою частотністю оперують МД трьох класів: **репрезентативи** ($\approx 28\%$), **регулятиви** ($\approx 25\%$) та **інтерогативи** ($\approx 25\%$):

До **репрезентативів**, виражених здебільшого поширеними розповідними реченнями, уналежнюємо:

1) МД, що об'єктивно відображують стан речей стосовно:

а) інших осіб (*Вони відповідають на питання людей, і відповідь має пролунати тут і зараз*),

б) певних явищ і подій (*Але що зарплата, що пенсія в Грузії зараз вища, ніж в Україні*),

в) власне ведучого (*Я вас почув*);

2) МД, що виражають суб'єктивні думки (*Я думаю, ми побачили, що таких, хто вважає, що влада не може змінювати конституцію, не порадившись з народом — більшість*).

Регулятивами виступають спонукальні речення, що мають у своїй семантиці відтінок директивності (*Зачекайте!*).

До **інтерогативів** уналежнюємо наступні питальні поширені речення:

- 1) риторичні питання (*А Вас запитали, в якій країні ви хочете жити?*);
- 2) адресні нейтральні змістові питання (*П. Юрію, чи є зараз підстави для підвищення цін?*);
- 3) адресні уточнювальні питання (*Тобто, час вже настав?*).

Менш уживаними, проте обов'язково наявними у мовленні є МД класу **контактивів** ($\approx 15\%$), що найчастіше презентують етикетний бік висловлення і вживаються для:

- 1) вітання (*Добрий вечір! Прямой эфир — это свобода. Мы пытаемся стать самой свободной программой в Украине.*);
- 2) знайомства (*Автор першого питання Ладо Гечкорі*);
- 3) висловлення згоди/відмови (*Так*);
- 4) подяки (*Дякую*);
- 5) прощання (*Це був "Відкритий доступ". Дякую*).

Мовлення ведучих цього типу не можна назвати емоційним, проте зафіксовано вживання незначного відсотка **експресивів** (до 3%) для висловлення як 1) позитивних (радість) — *"Прекрасно!"*, так і 2) негативних емоцій — *"Извинись и уходи!"*. Ці МД переважно виражені окличними реченнями, не властивими мовленнєвій поведінці представників цього типу в більшості випадків.

Невербальна поведінка ведучого-“Дипломата” виявляється на рівні такесики — у відсутності фізичного контакту зі співрозмовниками, на проксемічному рівні — в соціальній зоні-дистанції. Пантомімічний рівень виражений фіксованою у межах телестудії позицією, яка, проте, може змінюватися для наближення до публіки (зокрема через необхідність надати слово конкретній людині) чи наближення до гостей, що найчастіше маркує зацікавленість ведучого темою дискусії. Міміка ведучого часто виражає емоції, відсутні у мовленні через стриманість поведінки чи брак ефірного часу. Характерними жестовими кінемами є активна жестикуляція руками для ілюстрації своєї промови (описово-образотворчі жести, виконують інформативно-комунікативну функцію) та хитання головою в такт словам співрозмовника (комунікативний жест у межах регулятивно-комунікативної функції), що демонструє увагу.

На основі наведених фактів можемо зробити висновок про позицію нейтралітета та стриманості, яку займає ведучий-“Дипломат” до своїх численних гостей, що, враховуючи політичну спрямованість

програм, розширює коло цільової аудиторії. Нечастотні ж вияви яскравих емоцій, на нашу думку, додають атракції, яка викликає певну емпатію і результується в популярності серед телеглядачів (результати анкетування див. [6]).

Отже, іміджевому типу “Дипломат” притаманна стриманість та делікатність, а його головною метою виступає не висловлення своєї власної позиції, а оптимізація взаємодії між іншими учасниками спілкування. Посилює образ відсутність такесичних кінем, переважне використання соціальної зони дистанції, а також превалювання в дискурсі жестів (комунікативних та іноді — описово-образотворчих), що виконують насамперед регулятивно-комунікативну функцію. Цікавою особливістю є виключно мімічний вияв емоційності, оскільки вербальна емоційність не притаманна представникам цього типу.

Наведені особливості іміджевого типу “Дипломат” вважаємо перспективними для практичного застосування телеведучими, які, з огляду на тематику програм чи інші чинники, виступають у ролі модераторів і знаходяться в позиції посередника між гостроконфліктуючими сторонами. Подальші ж розробки зазначеної проблематики слугуватимуть у поглибленні теоретичних засад іміджелогії, комунікативної та сугестивної лінгвістики, теорії соціальної комунікації.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Пірен М. І. Конфліктологія: Підручник/ М. І. Пірен. — К.: МАУП, 2003. — 360 с.
2. Масс-медиа и гражданское общество: Монография/ Под ред. А. М. Холода; А. Бартошек, А. Лобанова, С. Михальчик и др.. — Кривой Рог: Международный исследовательский центр “Человек: язык, культура, познание”, 2008. — 227 с.
3. Гуревич П. С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия/ П. С. Гуревич. — М.: Искусство, 1991. — 221 с.
4. Голоднікова Ю. А. Политическое ток-шоу как всеукраинская медиаигра/ Ю. А. Голоднікова //Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. — Серия “Филология. Социальная коммуникация”, 2008. — № 1. — Том 21 (60). — С. 268–276.
5. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: Монографія / Т. Ю. Ковалевська. — Одеса: Астропринт, 2008. — 324 с.
6. Кисельова А. А. Домінантні складники іміджу телеведучих: експериментальні перспективи/ А. А. Кисельова // МОВА І КУЛЬТУРА (Науковий журнал). — К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. — Вип. 12. — Т. 5 (130). — С. 196–202.
7. Сухих С. А. Личность в коммуникативном процессе / С. А. Сухих. — Краснодар : Изд-во Южного института менеджмента, 2004. — 143 с.

8. Панкратов В. Н. Эффективное общение: Правила игры: Практическое руководство / В. Н. Панкратов. — М.: Психотерапия, 2007. — 256 с.
9. Дресвянников В. А. Жесты: попытка обобщения и классификации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2008/08/06/zhesty_klassifikacija.html.
10. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. — Полтава: Довкілля — К, 2010. — 844 с.