ТРЕТЯК Ю.Ю.

Запорізький національний університет

СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ЛЕГІТИМАЦІЇ СОЦІОДИСКУРСИВНИХ РОЛЕЙ РЕСПОНДЕНТА В ЖАНРІ ФРАНЦУЗЬКОГО ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОГО ІНТЕРВ'Ю

У статті описано стратегії і тактики легітимації соціодискурсивних ролей респондента в жанрі французького газетно-журнального інтерв'ю, виявлено лінгвопрагматичні засоби реалізації легітимації.

Ключові слова: соціодискурсивна роль, легітимація, стратегія, тактика.

В статье описаны стратегии и тактики легитимации социодискурсивных ролей респондента в жанре французского газетно-журнального интервью, выявлены лингвопрагматические средства реализации легитимации.

Ключевые слова: социодискурсивная роль, легитимация, стратегия, тактика.

Strategies and tactics of legitimation of socio-discursive roles of a respondent of French newspaper and magazine interview genre are described in the article; linguopragmatic means of realization of legitimation are identified.

Key words: socio-discursive role, legitimation, strategy, tactics.

Зважаючи на інтенсивність впливу сучасних засобів масової інформації на мислення індивіда, формування його мовної картини світу, загальної когнітивної бази, ціннісних орієнтирів, моделей поведінки, лінгвістичне дослідження легітимації одного з суб'єктів такого впливу – респондента французького газетно-журнального інтерв'ю – є **актуальним** і відповідає загальному спрямуванню сучасних мовознавчих розвідок на вивчення особливостей функціонування медійного дискурсу.

Метою статті є виявлення та системне представлення стратегій і тактик легітимації соціодискурсивних ролей респондента друкованого інтерв'ю. **Об'єктом** дослідження є медіадискурс у жанрі французького газетно-журнального інтерв'ю. **Предмет** складають лінгвопрагматичні засоби легітимації

соціодискурсивних ролей респондента у французькому газетно-журнальному інтерв'ю.

За дефініцією П.Шародо, стратегії легітимації покликані гарантувати право на вступ до комунікації, тобто забезпечувати адекватність між актом мовлення, ситуацією і статусом мовця [1:340]. Легітимація респондента у медійному жанрі французького друкованого інтерв'ю базується на визначенні позиції авторитету, що гарантує комунікативні повноваження респондента в ситуації конкретного інтерв'ю.

Безпосереднім об'єктом легітимації виступають соціо- та комунікативно-дискурсивні ролі респондента у французькому газетно-журнальному інтерв'ю. Соціодискурсивні ролі є первинними відносно будь-якого акту мовленнєвої взаємодії та відповідають позиціям суб'єкта в різний час в різних системах відношень. До соціодискурсивних ми відносимо ролі знавця або експерта; лідера, авторитету; учасника подій; свідка.

Легітимація ролі знавця реалізується у французькому газетно-журнальному інтерв'ю валоризацією відповідного епістемічного статусу. Ядерним виразом такої легітимації є формула *"on dit parce qu'on sait".* Яскравим прикладом надання респонденту експертних повноважень є метафорична презентація відомого архітектора Жана Нувеля у ліді інтерв'ю, присвяченого питанням оновлення Парижу, його майбутнього обрису: *ce Nobel de l'architecture sait de quoi il parle* [4]. Отже, актуалізацію/валоризацію епістемічного модусу респондента ми розглядаємо як один із тактичних прийомів легітимації ролі знавця або експерта.

Гарантією очікуваного епістемічного статусу респондента ми вважаємо й посилання на певні ідентифікувальні факти, як у наступних прикладах: *Pour Gilles Yabi, analyste politique indépendant et spécialiste de l'Afrique de l'Ouest, la dernière manoeuvre du président ivoirien vise à reporter l'élection présidentielle jusqu'à ce qu'il soit assuré de sa réelection* [5]; *Luc Rouban est directeur de recherche au Cevipof (CNRS) et professeur à Sciences-Po. Ses travaux portent sur les transformations du secteur public en Europe*

[6]; *Comment définiriez-vous cette "certaine idée de la Grèce" qui vous anime depuis votre enfance?* [7]. У першому фрагменті легітимація ролі знавця забезпечується ідентифікацією респондента як аналітика, спеціаліста. Атрибуція респондентові наукових праць із зазначенням теми досліджень легітимує його експертні повноваження у другому із наведених прикладів. В останньому фрагменті інтерв'ю у відносній конструкції актуалізується довготривале (з самого дитинства) захоплення респондентки "ідеєю Греції", що імплікує достатній досвід, обізнаність, експертність.

Валоризація відповідного діяльнісного модусу також гарантує певний епістемічний статус, а отже й експертні повноваження респондента: – *Vous dites que la recherche biologique et médicale est en danger, expliquez-vous… – Oui, contrairement à ce que vient de proclamer le directeur du CNRS. En France, on fabrique les bouteilles et les bouchons mais pas les grands crus. Pendant quatre ans, j'ai épluché plus de 200 000 publications de nos 12 000 chercheurs universitaires de biologie et de médecine dans 2 000 journaux de langues anglaise. La France obtient des résultats calamiteux dans les classements internationaux, nous ne sommes pas même au 5e rang, mais au 5e balcon...* [8]. Роль експерта у наведеному прикладі легітимується називанням відповідної практики, суб'єктом якої є респондент (*éplucher*) та підкріплюється численними кількісними аргументами.

Контекстуалізацію респондента в рамках суспільної практики розглядаємо як наступний тактичний прийом легітимації ролі знавця: *Vous êtes à Paris pour une conférence centrée sur la lutte contre le racisme et l'antisémitisme sur Internet* [9]. Участь у конференції, присвяченій проблемам розповсюдження расистських і антисемітських ідей у мережі Інтернет, імплікує обізнаність, експертність респондента у цих питаннях.

На думку Н.Д.Арутюнової, знання та уявлення в значній мірі каузуються перцепцією [2:421]. У наступному прикладі респондент самоутверджується в ролі носія певних переконань, посилаючись саме на перцептивний досвід (*j'ai vu, j'ai entendu*): –

Avec tous les diktats qui pèsent sur la vie des femmes, notamment en matière d'apparence et de beauté, vous paraissent-elles plus perméables à la honte? – C'est difficile à dire. Les hommes aussi la subissent. Mais les femmes sont davantage soumises par la culture de la honte du corps, et ce depuis des siècles. Par exemple, j'ai vu en Italie des chemises de nuit fendues au bon endroit pour que monsieur puisse planter un enfant dans madame sans la voir nue. J'ai aussi entendu des femmes d'un certain âge dire: "Quand le plaisir sexuel me surprenait, j'avais honte" [10].

Слід відзначити, що обізнаність респондента, як результат певного досвіду (адже, нагадаємо, когнітивний цикл, за Н.Д.Арутюновою, "розгортається від сприйняття до знання" [2:415]), є однією з умов його участі в інтерв'ю і в якості носія інших ролей, які буде розглянуто далі.

Легітимація ролі лідера, авторитета здійснюється, насамперед, посиланням на ідентифікувально-валоративні та кваліфікативні факти: *La climatisation américaine a eu raison du crâne le plus célèbre de France, après celui de Fabien Barthez. Et c'est enrhumé, mais auréolé du prix Pritzker, que Jean Nouvel est rentré de Washington* [4]. Таке досить нестандартне та водночас поетичне представлення респондента у ліді інтерв'ю звичайно привертає увагу і містить номінації самого респондента та його стану, які визначають позиції лідерства, авторитету, підкріплені нещодавніми досягненнями, що пояснює й легітимує участь Жана Нувеля в інтерв'ю.

Роль носія авторитетної позиції може забезпечуватись й посиланням на досвід респондента у певній галузі чи колі питань: *Vous avez soixante ans de carrière derrière vous... La manière de faire de la musique a-t-elle changé depuis 1950?* [11]. Шістдесятирічна музична кар'єра Д.Баренбома обумовлює багатий досвід і є достатньою підставою, щоб пропонувати йому роль авторитета у світі музики. Легітимація ролі носія авторитетної позиції у наведеному прикладі здійснюється за рахунок актуалізації тривалого професійного стажу респондента. У наступному фрагменті журналіст в апозитивній конструкції надає додаткову

інформацію про респондента, яка становить вказівку на досить тривалий період часу, протягом якого респондент реалізує творчі задуми в галузі архітектури: *À 62 ans, Jean Nouvel, qui depuis trente ans cherche à élargir le champ de l'architecture, entretient un lien étroit avec l'art* [4]. Отже, довгочасність професійної або творчої діяльності обумовлює певний досвід, який гарантує авторитетність позиції респондента і наділяє його відповідними комунікативними повноваженнями.

Легітимація ролей учасника і свідка, чітке розмежування яких нерідко становить певні труднощі, може відбуватись за рахунок відповідних кваліфікацій респондента, як у наступній дієприкметниковій конструкції у прикладці, що виконує функцію обставинного означення: *Convié à débattre dans de nombreuses émissions télévisées et radiophoniques, qu'avez-vous retenu de cet esprit français que vous prisez tant?* [12]. Запрошуваний до участі у численних французьких теле- та радіодебатах респондент (німець за національністю, що відомо з попереднього контексту), на думку журналіста, має що сказати в інтерв'ю про французьку дотепність. Роль учасника медійних дебатів передбачає певний досвід і, як наслідок, – обізнаність з відповідного кола питань.

Відчутний легітимаційний ефект можуть мати й посилання на відповідні діяльнісні факти, як у наступному прикладі: *...Peut être que cette forme de spontanéité l'a rendu aussi populaire. Combien de fois l'ai-je suivi dans les usines où, après ses discours, il parlait avec les ouvriers de vélo, de braquet, et c'étaient des discours authentiques* [13]. Семантика знаходження поруч, споглядання, індукована дієсловом *suivre* і адвербіальним вигуком риторичного характеру *combien de fois* у функції кількісного аргументу, легітимує роль свідка і надає респонденту повноваження бути виразником певної думки.

Валоризація відповідного споглядального модусу також легітимує роль свідка: *– Est-ce, selon vous, ce combat contre le temps qui le* (*N. Sarkozy;* коментар наш – Ю.Т.) *rend si nerveux? – Mais il n'est pas nerveux, encore un cliché. Il est très impatient, ce qui n'a rien à voir. Il est même posé, réfléchi. J'ai assisté à des entretients où la part*

de silence et de réflexion étaient prépondérantes... [13]. Я.Реза доводить своє право на думку, що не співпадає з думкою журналіста, завдяки семантиці "присутності, находження поруч із об'єктом споглядання", індукованої предикативною групою *assister à des entretients*. Самопозиціонування як "свідка" гарантує респондентці комунікативні повноваження "носія правдивої версії".

Важливу роль у легітимації ролі свідка відіграють й предикати чуттєвого сприйняття. У наступному фрагменті того ж інтерв'ю Я.Реза, категорично відхиляючи досить небажані припущення журналіста, позиціонує себе як безпристрасний свідок, спостерігач, що зобразив лише те, що бачив та відчув: – *On peut également vous renvoyez le reproche inverse et vous accuser d'être sans recul, sous la coupe de celui que vous portraiturez, de boire ses paroles comme du petit lait, de le tutoyer, d'être tutoyée par lui, bref, d'avoir les défauts de celle qui, objectivement, débute en politique... – … et d'être atteinte du syndrome de Stockholm, c'est ça? Mais pas du tout. Vous avez remarqué, j'espère, que je ne juge jamais ni prends parti. Je ne suis ni dans le dénigrement ni dans l'admiration. Entre les deux, il y a place, me semble-t-il, pour une observation, je dirais presque picturale. J'ai vu, j'ai senti des choses que j'ai dessinées* [13].

Часто легітимація ролей учасника чи свідка, спостерігача відбувається імпліцитно, на рівні дискурсу носіїв цих ролей. Саме на цьому рівні їх (ролей) розрізняння буває більш очевидним, адже, як зауважує П.Шародо, опис і оповідь (як способи організації дискурсу) відрізняються типом погляду на світ, який вони відбудовують, і ролями, які виконують суб'єкти опису чи оповіді [3:653,709]. Якщо опис репрезентує світ, як існуючий тут і зараз, незмінний, такий, що має бути лише розпізнаним і показаним, оповідь, навпаки, розкриває світ, що утворюється у самому ході, розвитку, розгортанні послідовності дій, які впливають одна на одну і трансформуються у прогресивному взаємозв'язку. Можна сказати, що опис організує світ таксономічно і фрагментарно, тоді, як оповідь – послідовно і безперервно. Отже, опис – це "відбиток" ситуації чи події. Оповідь – їхнє втілення. Суб'єкти опису частіше

виконують роль свідка, спостерігача, який бачить деталі. Суб'єкти оповіді – учасника, який пов'язаний (безпосередньо чи опосередковано) з пережитим, з тим, що є досвідного порядку. Звісно, на спосіб дискурсивної організації певним (і навіть значним) чином впливає й комунікативний намір мовця – зобразити чи розповісти, незалежно від ролі у події або ситуації, проте аналіз фактичного матеріалу дозволяє стверджувати, що наведені з посиланням на думку П.Шародо закономірності домінують в жанрі французького газетно-журнального інтерв'ю.

Отже, підсумовуючи сказане, зазначимо, що "експертність" респондента гарантують актуалізація/валоризація його епістемічного статусу, посилання на відповідні ідентифікувальні та праксемічні факти, контекстуалізація респондента в рамках певної суспільної практики, об'єктивація перцептивного досвіду. Лідерство, авторитет забезпечуються та підтверджуються вживанням оцінної лексики, використанням ступенів порівняння, посиланням на досягнення, довгочасну професійну або творчу діяльність, визнання. Легітимація ролей учасника події/ситуації і свідка у французькому газетно-журнальному інтерв'ю відбувається за рахунок семантично релевантної ідентифікації або кваліфікації респондента, його локалізації у події або ситуації, посилань на відповідні діяльнісні факти, валоризації споглядального модусу, актуалізації статусу "наближеної особи", наративного чи дескриптивного способу організації дискурсу носіїв зазначених ролей.

Зауважимо, що в одному текстовому фрагменті може бути легітимовано відразу кілька ролей респондента, що надає йому додаткових комунікативних повноважень та гарантує переконливість інформації або думки.

Подальші перспективи наукового пошуку вбачаємо в залученні до дослідження інших жанрів медійного дискурсу, поглибленому вивченні дискурсивного портретування і легітимації суб'єктів цих жанрів, лінгвопрагматичних засобів реалізації легітимаційних стратегій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Dictionnaire d'analyse du discours / sous la direction de P. Charaudeau, D. Maingueneau. – P. : Édition du Seuil, 2002. – 662 p. 2. *Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека / Нина Давидовна Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с. 3. *Charaudeau P.* Grammaire du sens et de l'expression / Patrick Charaudeau. – P. : Hachette, 1992. – 852 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

4. L'architecte est un kleptomane. Entretien avec Jean Nouvel. Propos recueillis par Michèle Leloup. L'Express du 12/06/2008. *5. "Gbagbo* pourrait avoir tout le monde à l'usure." Interview de Gilles Yabi. Propos recueillis par Thomas Vampouille. Le Figaro du 17/02/2010. *6. Les* services publics sont politiques. Entretien avec Luc Rouban. Propos recueillis par Sylvain Courage. Le Nouvel Observateur, № 2401, du 11–17/11/2010. 7. *"L'enseignement* du grec n'est pas un luxe!" Entretien avec Jacqueline de Romilly. Propos recueillis par François Busnel. Lire, avril 2004. 8. *L'homme* qui veut sauver la recherche. Entretien avec Philippe Even. Propos recueillis par Anne Crignon et Sophie des Déserts. Le Nouvel Observateur, № 2404, du 8/12/2010. *9. "Un* délit est un délit, sur Internet ou ailleurs." Entretien avec Christian Strohal. Propos recueillis par Pierre Ganz et Michel Faure. L'Express du 21/06/2004. *10. Sans* honte, comment pourrions-nous vivre ensemble? Entretien croisé entre Karine Tuil et Boris Cyrulnik. Propos recueillis par Dalila Kerchouche. Madame Figaro du 12/12/2010. *11. "La culture* permet de mieux se comprendre." Entretien avec Daniel Barenboïm. Propos recueillis par Bertrand Dermoncourt. L'Express du 07/08/2008. *12. "Votre* individualisme est une richesse." Entretien avec Christophe Eschenbach. Propos recueillis par Marie-Laure Germon. Le Figaro du 19/06/2004. *13. Sarkozy* par Reza. "Il voulait séduire la France…" Entretien avec Yasmina Reza. Propos recueillis par Jérôme Garcin. Le Nouvel Observateur du 23/08/2007.

Третяк Ю.Ю.