

Санкт-Петербургский государственный университет

ДОБРОВОЛЬСКАЯ Анастасия Александровна

Выпускная квалификационная работа

**Коммуникативно-прагматический аспект речевого портрета блогера
(на материале YouTube-каналов)**

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа ВМ.5622. «Русский язык и русская культура в аспекте русского языка как иностранного»

Профиль «Русский язык и русская культура в аспекте русского языка как иностранного»

Научный руководитель:
доцент, Кафедра русского языка как
иностранного и методики его преподавания,
Пинежанинова Наталья Павловна

Рецензент:
доцент, ФГБОУ ВО
«Санкт-Петербургский
государственный
архитектурно-строительный
университет»,
Милевская Татьяна Евгеньевна

Санкт-Петербург
2021

Оглавление

Введение.....	3
Глава I. Лингвопрагматические принципы описания речевого портрета блогера	9
I.1. Videоблог-интервью как речевой жанр	9
I.2. Лингвистические компоненты описания речевого портрета видеоблогера	12
I.2.1. Языковая специфика публичного диалога.....	12
I.2.2. Репрезентация категории оценочности в интервью	15
I.3. Прагматические компоненты описания речевого портрета видеоблогера	19
I.3.1. Минимальные диалогические единицы (МДЕ) и их типология.....	19
I.3.2. Коммуникативные стратегии и тактики в видеоблоге-интервью	21
I.3.3. Речевое воздействие в видеоблоге-интервью.....	25
I.3.4. Качественные характеристики прагматически эффективной речи.....	28
I.4. Модель лингвопрагматического описания речевого портрета видеоблогера	30
Выводы по главе I	33
Глава II. Лингвопрагматическое описание речевого портрета блогера	35
II.1. Характеристика речевого портрета Ю. Дудя.....	35
II.1.1. Минимальные диалогические единицы интервью и языковое воплощение тем	35
II.1.2. Речевые тактики создания образа собеседника	45
II.1.3. Речевые тактики самопрезентации Ю. Дудя.....	53
II.2. Характеристика речевого портрета К. Собчак	58
II.2.1. Минимальные диалогические единицы интервью и языковое воплощение тем	58
II.2.2. Речевые тактики создания образа собеседника	69
II.2.3. Речевые тактики самопрезентации К. Собчак	81
Выводы по главе II	89
Заключение	97
Литература	101

Введение

В лингвистике изучение речевого портрета является одним из наиболее эффективных направлений исследования языковой личности. Понятие речевого портрета оформилось в отечественной лингвистике в 1960-х гг. наряду с вышеупомянутым термином *языковая личность*. Научные изыскания в этом направлении начались с изучения фонетического портрета М. В. Пановым, а затем получили продолжение и развитие в концептуальном исследовании Ю. Н. Караулова «Русский язык и языковая личность». Ученые по-разному трактуют понятие *речевой портрет* в зависимости от аспекта его описания. Наиболее точную и емкую формулировку, в которой делается акцент на ситуативную прагматико-коммуникативную обусловленность понятия, дала Г. Г. Матвеева, определившая речевой портрет как «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определенных намерений и стратегий воздействия на слушающего» [Матвеева 1993: 87].

В описании речевого портрета исследователи не придерживаются единой модели. В частности, выделяется ряд характеристик личности, находящих отражение в речевом портрете: возрастные, гендерные, психологические, социальные, этнокультурные и лингвистические. Обычно при анализе речевого портрета рассматриваются особенности фонетики и словоупотребления. Наиболее распространена модель анализа, предложенная М. В. Китайгородской и Н. Н. Розановой, согласно которой анализ производится по трем параметрам, которые соответствуют уровням языковой личности, описанным Ю. Н. Карауловым, а именно вербально-семантическому, лингво-когнитивному и мотивационно-прагматическому:

1. Лексикон языковой личности (запас слов и словосочетаний, которым пользуется конкретная языковая личность), отражающий владение лексико-грамматическим фондом языка;

2. Тезаурус, репрезентирующий языковую картину мира (использование разговорных формул, речевых оборотов, особой лексики, которые делают личность узнаваемой);

3. Прагматикон, то есть система мотивов, целей, коммуникативных ролей, которых придерживается личность в процессе коммуникации [Китайгородская, Розанова 1995: 4–10].

Используя эти параметры, ученые рассматривают как коллективные портреты различных социальных групп — интеллигенции (Л. П. Крысин), политических деятелей (Е. Б. Цветкова; Н. В. Селиверстова; Ю. С. Алышева), русскоязычных женщин (В. М. Войченко), студентов (Л. В. Леорда; И. В. Пономаренко), пользователей интернет-пространства (Т. И. Попова, И. М. Вознесенская, Д. В. Колесова, В. М. Савотина), школьников (С. В. Мамаева; Е. В. Тарасенко), так и индивидуальные — политиков (В. В. Путина — Ю. С. Алышева; Р. А. Кадырова — Э. С. Азиева; Б. Н. Ельцина — М. В. Гаврилова; А. Меркель — О. М. Снигирева), журналистов (А. Гордона — Ю. А. Устинович; Л. Парфёнова — Е. А. Бочарова) и др.

Видеоблог как средство интернет-коммуникации, в сфере которого также возможно создание речевого портрета, исследователи определяют следующим образом: «интернет-дневник, материалами которого служат регулярно добавляемые и концептуально связанные видеозаписи, служащие для трансляции идей» [Столяров 2018: 470]. Речевой портрет, реализуемый в рамках интернет-коммуникации, обладает определенными особенностями, в которых проявляются информативный и фатический аспекты общения, камерность и публичность коммуникации, статусность общения.

Наиболее близкие к тематике данного исследования работы посвящены изучению индивидуальных языковых личностей, речевой портрет которых моделируется на основании письменных блогов. Вместе с тем, исследований, в которых анализируется речевой портрет видеоблогеров-интервьюеров, крайне мало. Отдельные характеристики речи Ю. Дудя, выявленные на основе анализа его видеоблога на YouTube, отражены в работах Н. Н. Подосокорского, А. М. Шестериной, В. А. Бейненсона, В. В. Витвинчук, К. Е. Васильченко, Н. Ю. Бердышевой. Штрихи к речевому портрету К. Собчак в настоящий момент сделаны только на основе ее политических выступлений и телешоу «Собчак

живьем» — исследованиями в этой области занимались Д. Д. Тютин, А. Д. Шкарупа и Д. Х. Муртазова. Важно отметить, что лингвисты еще не разработали отдельную модель для описания речевого портрета видеоблогера-интервьюера, чаще всего она схожа с моделью речевых портретов телеведущих, работающих в этом жанре. В настоящем исследовании предлагается дополнить ее характеристиками, отражающими специфику работы блогера. В частности, это яркий образ ведущего, наличие двойного адресата и применяемые видеоблогером коммуникативные стратегии и тактики.

Актуальность исследования, в первую очередь, обусловлена недостаточной изученностью речевых портретов блогеров, а также отсутствием модели для их описания. Во-вторых, значим коммуникативно-прагматический аспект, в рамках которого проводится исследование — эта область знаний находится в фокусе внимания современных лингвистов, потому что данный аспект позволяет выявить закономерности отбора языковых средств, обусловленных целями и задачами коммуникации. В-третьих, актуален жанр блога как интернет-коммуникации, который, несмотря на популярность, остается малоизученным в лингвистике. В-четвертых, перспективность описания речевого портрета известных YouTube-блогеров состоит в том, что оно позволяет обобщить наблюдения над речевыми характеристиками видеоблогеров-интервьюеров. Направление работы — коммуникативно-прагматический аспект речевого портрета YouTube-блогеров, а также предложенная модель описания и сравнительная характеристика речевых портретов видеоблогеров обуславливают **новизну** исследования.

Объектом исследования в представленной работе является речевой портрет видеоблогеров-интервьюеров Юрия Дудя и Ксении Собчак. Выбор речевых портретов именно этих представителей профессии в качестве объекта исследования обусловлен популярностью ведущих среди русскоязычных пользователей интернета.

Предмет исследования — коммуникативно-прагматический аспект речевого поведения YouTube-блогеров Ю. Дудя и К. Собчак.

Цель работы — описание в коммуникативно-прагматическом аспекте речевых портретов YouTube-блогеров Ю. Дудя и К. Собчак.

Достижение цели требует выполнения ряда **задач**:

1. Отобрать и изучить теоретические работы, посвященные изучению речевого портрета, и практические работы, в которых исследуются речевые портреты Ю. Дудя и К. Собчак;

2. Проанализировать специфику жанра видеоблога-интервью, при этом выявить ключевые лингвистические и прагматические компоненты, которые могут быть использованы для исследования речевого портрета в интернет-среде;

3. Обосновать и разработать модель анализа речевого портрета видеоблогера-интервьюера;

4. Проанализировать выпуски видеоблогов Ю. Дудя и К. Собчак, следуя предложенной модели;

5. Провести сравнительный анализ компонентов речевых портретов, отмечая общие и индивидуальные черты речевых портретов Ю. Дудя и К. Собчак;

6. Определить приемы речевого взаимодействия, актуализированные видеоблогерами в интервью с представителями разных социальных групп.

Для исследования коммуникативно-прагматического аспекта была выдвинута следующая **гипотеза**: речевой портрет видеоблогеров-интервьюеров трансформируется в зависимости от социального статуса собеседника и личного отношения интервьюера к гостю YouTube-шоу. Константной чертой речевого портрета видеоблогеров является нарушение гармонизирующего характера речи провокативными высказываниями, что находит отражение в дискредитирующих и оппозиционирующих тактиках.

Методологическую основу работы составляют труды Н. Д. Арутюновой, А. Н. Баранова, Г. Е. Крейдлина, Т. И. Поповой, Ю. Н. Караулова, и И. А. Стернина. В исследовании использованы следующие **методы**: прием частичной направленной выборки, анализ и обобщение материала, дискурсивный и разговорный анализ.

Материалом исследования стали видеоролики, размещенные на YouTube-каналах «ВДудь» и «Осторожно: Собчак». Для исследования были отобраны по три популярных интервью каждого блогера, в которых собеседниками интервьюеров стали известные медиаперсоны определенного социального статуса — профессиональные актеры (Д. Нагиев и Р. Литвинова), кумиры молодежи и музыканты (Е. Крид и С. Гнойный), а также политические деятели (кандидат в президенты 2018 года К. Собчак и председатель партии «Новые люди» А. Нечаев).

Теоретическая значимость работы обусловлена ее актуальностью и новизной, научным вкладом в изучение речевых портретов различных социальных групп. **Практическая значимость** исследования состоит в возможности использования его результатов не только лингвистами, но также журналистами и видеоблогерами, которые хотят улучшить свои навыки в сфере коммуникации. Эта работа представляет интерес и для студентов-иностранцев, изучающих русский язык, поскольку видеоблогеры являются лидерами мнений в современном медиапространстве и понимание особенностей их речевого поведения даст представление гражданам других государств об общих и индивидуальных способах коммуникации в жанре видеоблога.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Речевой портрет видеоблогеров-интервьюеров отличается нарушением коммуникативного равновесия и несоблюдением гармонизирующего характера речи. Это проявляется в эпизодическом использовании тактик дискредитации собеседника, употреблении обценной лексики (интервью с кумирами молодежи), интересом к частной жизни гостя, а также эксплицированным личным отношением интервьюируемого к герою программы;
2. Речевое воздействие (РВ) интервьюеров включает такие приемы как апелляция к мнению других людей, цитата гостя, проведение сравнительных параллелей, а также объединение нескольких вопросов и повтор вопроса. РВ актуально для выпусков с кумирами молодежи, где в фокусе внимания видеоблогеров находится несоответствие публичного имиджа гостя и его личности. В интервью с

политическими деятелями РВ ведущего проявляется в тактиках, направленных на оценку общественного поведения политического деятеля, проявляющих его гражданскую позицию;

3. В речевом портрете видеоблогеров-интервьюеров ценностные критерии раскрытия Я-темы и тактик презентации собеседника зависят от социального статуса героя выпуска. В то же время видеоблогеры могут актуализировать постоянные аспекты раскрытия Я-темы, формируя свой имидж в медиaprостранстве;

4. Семантическое пространство интервью видеоблогеров включает комплекс предлагаемых для обсуждения тем, образующих диктумное содержание интервью и различающихся в зависимости от социального статуса собеседника. Вместе с тем, эти темы объединены коммуникативно-прагматической целью видеоблогера — прояснить индивидуальные оценки излагаемых фактов, что представляет собой модусное наполнение интервью. Отбор тем учитывает двойную адресацию — собеседника и аудиторию — и направлен, с одной стороны, на всестороннее раскрытие личности собеседника, а с другой стороны, представляет интерес для широкого круга зрителей.

Структура работы. Диссертация состоит из Введения, двух глав, Заключения и списка использованной литературы. Во Введении определяются объект и предмет исследования, его актуальность и научная значимость. В первой главе рассмотрены теоретические основы изучения речевого портрета, проанализирована специфика речевого жанра видеоблога-интервью, а также предложена модель лингвопрагматического описания речевого портрета видеоблогера. Во второй главе описан коммуникативно-прагматический аспект речевого портрета на примере интервью Ю. Дудя и К. Собчак и проведен сравнительный анализ речевых портретов указанных видеоблогеров. Практический анализ иллюстрирован четырьмя классификационными таблицами. В Заключении обобщены итоги исследования.

Глава I. Лингвопрагматические принципы описания речевого портрета блогера

I.1. Видеоблог-интервью как речевой жанр

Блогом называют «веб-сайт (или раздел веб-сайта), содержащий датированные записи мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке, с возможностью оставления комментариев к записям и просмотра любой записи на отдельной веб-странице» [Алексеев 2009: электронный ресурс]. Исследователи констатируют, что «блогосфера развивается чрезвычайно активно, лингвистические исследования интернет-сферы проводятся часто, однако блоги остаются малоисследованной областью» [Колесова 2012: 55]. При этом видеоблог как подвид блога, еще не ставший популярным объектом изучения современных лингвистов, исследуется преимущественно в рамках научных статей: дополняется жанрово-тематическая классификация, исследуется специфика речевого поведения ведущих, а также аспекты формирования экранного имиджа. Изучение видеоблога как жанра в отечественной лингвистике практически не проводится.

В. И. Коньков называет жанром «типовую речевую структуру, состоящую из набора жанрообразующих (обязательных) и факультативных (необязательных) речевых форм, порождаемую типовой коммуникативной ситуацией и предназначенную для передачи типового содержания в соответствии с типовой коммуникативной целью» [Коньков 2004: 26]. Жанрообразующими параметрами являются содержательная структура и речевая форма. На основе определения В. И. Конькова можно сделать вывод о том, что видеоблог-интервью обладает типовой содержательной структурой (обсуждение личности интервьюируемого и конструирование его портрета, обмен мнениями между журналистом и респондентом) и типовой речевой формой (устный диалог, опубликованный в интернет-пространстве).

Для выявления специфики видеоблога-интервью как речевого жанра необходимо остановиться на трудах Т. В. Шмелёвой, разработавшей «анкету речевого жанра» [Шмелёва 1997: 88-98], имеющую следующую компонентную

структуру: коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, образ прошлого и образ будущего, диктумное (событийное) содержание, языковое воплощение. За основу для дальнейшего обсуждения предлагается взять данную модель за исключением параметров «образ прошлого» и «образ будущего», поскольку эти особенности не влияют на речевое поведение ведущих.

По коммуникативной цели видеоблог-интервью, как и текстовый блог, входит в группу информативных и оценочных жанров, поскольку, по мнению исследователей, «основная цель блоговой записи — не только озвучить ту или иную информацию, но также и постулировать отношение автора к ней. [Калашникова 2010: 175]. Прагматическую цель видеоблогера-интервьюера можно обозначить как раскрытие личности собеседника.

Другим жанрообразующим признаком в анкете Т. В. Шмелёвой является *образ автора*, ярко проявляющийся в видеоблоге-интервью: проанализировав реплики ведущих, представляется возможным охарактеризовать их как личностей, придерживающихся определенных общечеловеческих, этических и гражданских взглядов. Автор в видеоблоге гораздо более публичен, чем в текстовом блоге, и схож с телевизионным ведущим, потому что коммуницирует с аудиторией не только с помощью текста: объектом восприятия аудитории также являются видео- и аудиоряд. Лингвисты также отмечают, что в портретных интервью «субъективность интервьюера проявляется особенно ярко» [Халиуллин 2010: 176]. С параметром образа автора перекликается *образ адресата*, который в видеоблоге-интервью является двойным: им становится не только гость интернет-программы, но и зритель. От адресата-собеседника, в свою очередь, зависит диктумное содержание выпуска YouTube-шоу — темы, которые будет актуализировать интервьюер.

Остановившись на коммуникативных отношениях между интервьюером и интервьюируемым, необходимо подчеркнуть, что в научном сообществе существуют разные мнения о соотношении этих ролей. В контексте исследования речевого портрета блогера будет логично придерживаться позиции, согласно которой наиболее инициативным участником беседы считается интервьюер,

который еще на этапе планирования вопросов предполагает ход будущей беседы [Голубева-Монаткина 1991: 6]. Исследователи также отмечают асимметричность ролей журналиста и респондента: «с точки зрения организации интервью главную роль играет интервьюер, в то время как с точки зрения его содержания ведущая роль отводится интервьюируемому» [Штырева 2006: 5]. Журналист способен повлиять на ход беседы, в том числе на коммуникативную ситуационную модель вербального поведения — свою и собеседника. Среди ситуационных моделей поведения участников интервью ученые выделяют следующие:

«1) доминирование интервьюера как задающего тон беседе, цель интеракции при этом тяготеет к коммуникативному намерению интервьюера;

2) доминирование интервьюируемого, при котором цель интервьюера состоит в предоставлении интервьюируемому возможности не просто ответить на поставленный вопрос, но и прокомментировать его, возможно, ввести новый аспект тематики интервью;

3) смена роли интервьюируемого, имеющая место при целенаправленном перехвате и удержании им инициативы;

4) равное распределение инициативы между интервьюером и интервьюируемым, характеризующееся эквивалентным равенством ролей коммуникантов в интервью, а также обоюдной возможностью влияния на ход беседы» [Нестерюк 2015: 445].

Заключительным параметром для описания видеоблога-интервью как речевого жанра является *языковое воплощение*. Исследователи не выделяют конкретные языковые черты блога, ссылаясь на многообразие форм его реализации [Баженова 2012: 130]. Вместе с тем, другие исследователи считают одним из главных лингвистических признаков блога отсутствие цензуры: «не существует запретных тем, идеологических установок или запрета на нецензурную лексику, кроме тех случаев, если сам автор или его команда ставят табу на что-либо» [Лущиков и Терских 2018: 67].

Обращаясь к материалу исследования — видеоблогам Ю. Дудя и К. Собчак — следует привести выводы других исследователей, основанные на анализе

речевых портретов ведущих. Так, А. Е. Дятлова. отмечает, что Ю. Дудь «не всегда соблюдает литературные нормы языка. Блогер периодически использует прецедентные феномены, но в большей степени для его речевого портрета актуальна языковая игра» [Дятлова 2018: электронный ресурс]. Кроме того, «более разнообразные речевые средства используются в выпусках с высокостатусными собеседниками, которые считывают культурный код, и целевая аудитория которых обладает широкими фоновыми знаниями» [Там же]. Речевой портрет К. Собчак ранее был проанализирован только на примере шоу «Собчак живьем», выходявшем на телеканале «Дождь», авторская передача на YouTube «Осторожно: Собчак» еще не попала в фокус внимания современных исследователей. Говоря о речевом портрете журналистки, исследователи отмечают, что она «использует в речи термины и сложные заимствованные слова, комбинируя их с жаргонизмами, арготизмами и словами с ярко выраженной экспрессией» и «открыто выражает личное мнение» [Муртазова 2016: 133].

Завершая описание видеоблога-интервью как речевого жанра, можно резюмировать, что он представляет собой гибридный речевой жанр. К его важнейшим характеристикам относится принадлежность одновременно и к информативному, и к оценочному жанру, яркий образ адресанта, приближенный к образу телеведущего, а также наличие двойного адресата. Вместе с тем, выводы других ученых, основанные на описании речевых портретов Ю. Дудя и К. Собчак, являются фрагментарными. Для их углубления необходимо более подробно и всесторонне раскрыть лингвистические и прагматические особенности речи ведущих.

1.2. Лингвистические компоненты описания речевого портрета видеоблогера

1.2.1. Языковая специфика публичного диалога

Ученые сходятся во мнении, что дискурс публичного диалога обладает собственной спецификой: «с одной стороны, это дискурс, который подчиняется правилам публичной речи (соблюдение норм литературного языка, этических

норм общения, коммуникативных норм), а с другой — это спонтанное говорение, в котором так или иначе проявляется естественная речевая реакция на речь собеседника» [Воронцова 2011: 35]. Характеризуя современный язык средств массовой информации, исследователи подчеркивают его «стилистический динамизм» [Казак 2012: 28], а также «стремление как к максимальной выразительности, так и к максимальной доступности, что в совокупности обеспечивает требуемый уровень отношений между субъектами публичного диалога» [Полонский 2010: 250]. «Совпадать с повседневным языком масс, чтобы была расположенность к публицисту» — своего рода требование, предъявляемое к языку телепередачи [Светана 1976: 10].

Жанр видеоблога-интервью вобрал в себя черты как разговорного, так и книжного (а именно публицистического) стилей речи. С позиции публицистического стиля речи видеоблог-интервью характеризует широкое употребление средств художественной выразительности. Ученые уверены, что для устной публичной речи «особенно важны приемы стилистического синтаксиса, так как они помогают достичь экспрессивности и динамичности высказывания» [Русецкая, Ямов 2011: 145].

Так как языковое воплощение видеоблога-интервью находится на пересечении разговорного и публицистического стилей речи, его можно отнести к стилистически неоднородному типу журналистского произведения. С помощью эмоционально-окрашенной лексики и средств выразительности ведущий не только реализует прагматическую функцию портретного интервью — раскрытие личности собеседника, но и самовыражается, поэтому эти категории являются необходимыми для моделирования речевого портрета.

Стилистические особенности публичного диалога в основном изучаются лингвистами на конкретных примерах, поэтому стоит обратиться к научным работам, близким к теме настоящего исследования. Анализируя лексику, которую Ю. Дудь использует при общении с героями интервью, ученые акцентируют внимание на том, что речь блогера «экспрессивна, отличается использованием разговорной, жаргонной и обценной лексики» [Бейненсон 2019: 87], зачастую

его ролики начинаются со стилистически сниженных анонсов — «агрессивных реплик с применением обсценной лексики» [Шестерина 2019: 513]. По словам исследователей, речь Ю. Дудя стилистически разнообразна: «нормы публичной коммуникации нарушаются обильным использованием обсценной лексики, дисфемизмов, сленговых выражений рэперов и блогеров; часто используется лексика сетевого новояза: "донаты", "дисс", "хайп"» [Витвинчук 2018: 78]. Стилистическое разнообразие связывают с тем, что виртуальная языковая личность Ю. Дудя приближена к реальной: «Дудь не старается казаться эрудитом и интеллектуалом, не изображает интеллигентности, а ненормативная лексика для него привычка, а не средство усиления речи» [Васильченко 2019: 17].

По словам ученых, стилистические особенности речи ведущего вариативны и зависят от гостя программы: «в подборе лексики и стилистики разговора Ю. Дудь подстраивается под каждого героя, варьируя градус провокативности высказывания» [Бейненсон 2019: 87] и «если герой привык использовать в повседневной жизни инвективную лексику, блогер с легкостью подхватывает такое речевое поведение и позволяет гостю раскрыться без цензуры и оглядки на общественное мнение, а если герой привык изъясняться чистым литературным языком, журналист не допускает в своей речи ненормативных элементов» [Бердышева 2018: 19]. Правильный выбор Дудём стилистики беседы обуславливает успех коммуникации: «отсутствие языковых ограничений, свобода выражения своих мыслей позволяет гостю расслабиться в процессе интервью и вполне охотно отвечать даже на самые провокационные, а порой и бестактные вопросы автора» [Бельченко 2018: 213]. Есть и иная точка зрения, согласно которой «нарушение Дудём языковых норм публицистического стиля можно также отнести к нарушениям журналистских этических стандартов» [Витвинчук 2018: 78].

Исследователи, моделировавшие речевой портрет К. Собчак на основе ее телевизионных интервью, характеризуют журналистку как «грамотного человека с достаточно высоким уровнем речевой культуры, который можно рассматривать как промежуточный — между неполнофункциональным и литературно-

жаргонизирующим типом» [Шкарупа 2016: 15]. Лингвисты акцентируют, что телеведущая «умело использует различные средства выразительности: это и фразеологизмы, и метафоры, а также синтаксический параллелизм, анафора, эпифора, прецедентные тексты» [Шкарупа 2016: 7-8]. Вместе с тем исследователи обращают внимание на использование интервьюером «ненормативной лексики, в том числе книжной стилевой окраски» [Медведев 2013: 80], «жаргонизмов, арготизмов и слов с ярко выраженной экспрессией, которые чередуются с терминами и сложными заимствованными словами» [Муртазова 2015: 132].

Ученые отмечают, что «стилистическая неоднородность и уход от стандартов положительно влияют на характер публичного диалога, поскольку «способствуют обновлению его языка и стиля, способствуют выразительности и точности его слова, а также обогащению жанровых форм, в которых реализует себя личность» [Полонский 2010: 251]. Вместе с тем на сегодняшний день стилистические особенности речи Ю. Дудя и К. Собчак исследованы фрагментарно: не раскрыт вопрос о том, какие прагматические функции достигаются при помощи сниженной лексики и в каком контексте она применена.

Таким образом, стилистика публичного диалога отличается прежде всего своей неоднородностью и многообразием, что подтверждает вышеупомянутую гибридность данного жанра. Видеоблог-интервью отражает особенности как разговорного стиля речи, что подтверждается использованием эмоционально-экспрессивной лексики, так и публицистического — он проявляется прежде всего в широком употреблении средств художественной выразительности. Видеоблог-интервью характеризуется стилистическим динамизмом, который позволяет ведущему, с одной стороны, быть близкими к своей аудитории, а с другой — самовыражаться при помощи средств художественной выразительности, тем самым раскрывая личность гостя и привлекая внимание зрителя.

1.2.2. Репрезентация категории оценочности в интервью

Учитывая выявленные ранее особенности речевого поведения видеоблогеров-интервьюеров, среди которых яркий образ адресанта,

актуализация личной оценки, а также языковая свобода, необходимо остановиться на языковой категории оценки, которая позволит научно обоснованно проанализировать речь журналистов. В данной работе предлагается придерживаться трактовки Н. Д. Арутюновой, понимающей оценку как «результат сопоставления реальных свойств оцениваемого объекта с идеализированной моделью мира, соответствие которой связано с понятием хорошего, а несоответствие по какому-либо из присущих ей параметров — с понятием плохого» [Арутюнова 1988: 59].

Изучение языковой оценки является актуальным направлением лингвистических исследований. Научными изысканиями в этой области занимались, в частности, Н. Д. Арутюнова, М. М. Бахтин, Е. М. Вольф, Ю. Н. Караулов, В. Н. Телия, И. А. Стернин. Вместе с тем, среди ученых остается множество спорных вопросов, в числе которых определение границ оценочной семантики и отсутствие единой классификации, позволяющей проводить комплексный анализ этой языковой категории. Для последующего моделирования речевого портрета видеоблогеров-интервьюеров предлагается рассмотреть различные классификации оценок.

Так, при самом общем приближении исследователи определяют критерий аксиологической интерпретации, в котором выделяется мелиоративная (положительная) и пейоративная (отрицательная) оценка, дающая представление об отношении субъекта к объекту действительности. Во-вторых, в зависимости от наличия или отсутствия эмотивного компонента исследователи разделяют оценку на эмоциональную и рациональную (интеллектуально-логическую) [Кармова 2003: 52].

Третьим критерием является типология оценочного значения. В соответствии с распространенной и детальной классификацией Н. Д. Арутюновой, оценка делится на общую (хороший-плохой) и частную. В частнооценочных значениях актуализируются разные аспекты оценки объекта:

- «1) сенсорно-вкусовые, или гедонистические, оценки (приятный — неприятный, вкусный — невкусный, привлекательный — непривлекательный, душистый — зловонный; то, что нравится, — то, что не нравится и др.);
- 2) психологические оценки, в которых сделан шаг в сторону рационализации, осмысления мотивов оценки: а) интеллектуальные оценки (интересный, увлекательный, захватывающий, глубокий, умный — неинтересный, неувлекательный, скучный, банальный, поверхностный, глупый), б) эмоциональные оценки (радостный — печальный, веселый — грустный, желанный — нежеланный, нежелательный, приятный — неприятный);
- 3) эстетические оценки, вытекающие из синтеза сенсорно-вкусовых и психологических оценок (красивый — некрасивый, прекрасный — безобразный, уродливый);
- 4) этические оценки (моральный — аморальный, нравственный — безнравственный, добрый — злой, добродетельный — порочный и др.);
- 5) утилитарные оценки (полезный — вредный, благоприятный — неблагоприятный);
- 6) нормативные оценки (правильный — неправильный, корректный — некорректный, нормальный — аномальный, ненормальный; стандартный — нестандартный, бракованный; доброкачественный — недоброкачественный, здоровый — больной);
- 7) телеологические оценки (эффективный — неэффективный, целесообразный — нецелесообразный, удачный — неудачный)» [Арутюнова 1988: 75-77].

Необходимо подчеркнуть, что классификация частнооценочных значений, предложенная Н. Д. Арутюновой, не исчерпывает всё многообразие возможных значений, поэтому исследователи дополняют ее. Так, Н. В. Сердобольская и С. Ю. Толдова также говорят о дедуктивных, вероятностных и количественных частнооценочных значениях [Сердобольская и Толдова 2005: 437]. Кроме того, в видеоблоге-интервью журналист может оценивать не только объект, но и ситуацию. Оценка может быть выражена как прилагательными, так и оценочными номинациями и предикатами. Тем не менее, классификация Н. Д. Арутюновой

остается актуальной для исследования коммуникативного-прагматического аспекта речевого портрета блогера, поскольку отражает основные направления возможных частнооценочных значений.

Завершая рассмотрение теоретических основ изучения языковой оценки и ее типологии, необходимо подчеркнуть, что большинство классификаций строятся на материале словарей или корпусов текстов, материалом которых становятся преимущественно художественные и публицистические произведения. Из-за этого контекст репрезентации оценочных единиц либо не учитывается, либо ограничен небольшим фрагментом текста, что, возможно, не дает полного представления о выделенной единице. Коммуникативно-прагматический аспект изучения видеоблога-интервью, в свою очередь, предполагает анализ широкого контекста и взаимодействия единиц на протяжении всей коммуникации между интервьюируемым и собеседником. Кроме того, по словам исследователей, в портретном интервью «мнение интервьюера, его суждения и оценки так же значимы, как и мнение, и оценки интервьюируемого» [Воробьева 2014 : 119].

Обращаясь к трудам исследователей, описывающих речевые портреты Ю. Дудя, следует отметить, что категория оценочности в них поднималась косвенно. Чаще всего исследователи рассматривают лишь несколько аспектов изучения оценки — ее объект и аксиологическую интерпретацию (А. А. Родичева и Т. А. Зайцева, А. Е. Дятлова, Н. Н. Подосокорский). Вместе с тем, актуализация других характеристик — типологии оценочного значения и наличия или отсутствия эмотивного компонента — позволят сформировать наиболее полное представление о речевом портрете блогеров.

Итак, последующий анализ речевого портрета видеоблога предлагается проводить на основе выделения оценочных лексико-семантических единиц, поскольку жанр видеоблога-интервью предполагает выражение журналистами своего мнения о различных субъектах и объектах действительности. В виду недостаточной проработанности этой темы в трудах современных исследователей, исследующих речевые портреты видеоблогеров, предлагается рассматривать оценочные лексико-семантические единицы (ОЛСЕ) в трех

направлениях: 1. Аксиологическая интерпретация; 2. Наличие/отсутствие эмотивного компонента; 3. Типология частнооценочного значения в соответствии с классификацией Н. Д. Арутюновой.

I.3. Прагматические компоненты описания речевого портрета видеоблогера

I.3.1. Минимальные диалогические единицы (МДЕ) и их типология

При изучении взаимодействия коммуникантов ученые берут за основу минимальные диалогические единицы (МДЕ), которые являются «объединением двух или нескольких речевых актов на тематической и/или психологической основе» [Матвеева 2010: 90-91]. МДЕ обладает следующими характеристиками:

- «1. Все реплики в ней связаны единой темой;
2. Она начинается с абсолютно независимого и кончается абсолютно зависимым речевым актом;
3. В пределах этой последовательности все отношения иллокутивного вынуждения и самовынуждения выполнены;
4. Внутри данной последовательности не существует отличной от нее подпоследовательности, которая удовлетворяла бы условиям 1 и 3» [Баранов, Крейдлин 1992: 87].

Минимальные диалогические единицы подразделяются на следующие группы: «фокусирующие внимание на предмете обсуждения, фокусирующие внимание на интервьюируемом, оценочные, аргументирующие и стимулирующие вывод» [Попова 2004: 6-7]. В основе каждой МДЕ лежит одна микротема, а ее границей является реплика. Реплики, в свою очередь, подразделяются на «интенциональные (стимулирующие, управляющие), в которых выражается мысль говорящего, и реактивные, так называемые зависимые, реагирующие» [Кудряшова, Гузь 2015: 99].

В семантическом пространстве современного телеинтервью ученые выделяют три жанровых разновидности в зависимости от типа собеседника:

телеинтервью с собеседником-личностью, телеинтервью с собеседником-профессионалом и телеинтервью с собеседником-участником события [Попова 2004: 6]. Гостями программ видеоблогеров становятся яркие личности, а значит, необходимо отразить минимальные диалогические единицы, актуальные прежде всего для этой жанровой разновидности: «МДЕ-представление собеседника, МДЕ-выяснение отношения собеседника к предлагаемой социально-психологической роли, МДЕ-оценочные характеристики, МДЕ-объяснение оснований оценочного отношения и мотивов поступков, МДЕ-вывод» [Попова 2004: 23-25]. Этот перечень сформирован на основе тем, затрагиваемых в телеинтервью, и отражает его структурные особенности. На основании данных МДЕ можно заключить, что в интервью с личностью одной из первостепенных задач журналиста является предложение собеседнику некой социально-психологической роли и выяснение того, действительно ли герой ей соответствует.

Вместе с тем, собеседниками видеоблогера могут являться не только известные благодаря своей творческой деятельности персоны, но и профессионалы в какой-то области, в том числе политики, интервью с которыми станут материалами настоящего исследования. Исходя из этого можно предположить, что для видеоблога-интервью также будут актуальны минимальные диалогические единицы, характерные для телеинтервью с профессионалами, а именно: «МДЕ-экспозиция, МДЕ-выяснение исходных позиций собеседников по отношению к тезису и антитезису, МДЕ-характеризация положения дел, МДЕ-запрос аргументации, МДЕ-вывод» [Попова 2004: 26]. Эти МДЕ направлены на то, чтобы зритель на основе приведенной аргументации выработал свое мнение о существующем положении дел в некой сфере, поэтому они практически не сфокусированы на личности собеседника.

При этом нельзя сказать, что представленные МДЕ (как в диалоге с собеседником-личностью, так и в диалоге с собеседником-профессионалом) найдут полное отражение в видеоблоге-интервью. По сравнению с телеинтервью видеоблог является менее структурированным и в меньшей степени

ограниченным временными рамками. Для него характерно широкое смысловое разнообразие, быстрая смена тем и возможность неоднократного возвращения к ним в процессе беседы, поэтому в видеоблоге-интервью комбинируются МДЕ разных жанровых разновидностей.

Таким образом, микротемы интервью раскрываются в минимальных диалогических единицах, схожих с теми, которые наблюдаются в телеинтервью с собеседниками-личностями и собеседниками-профессионалами. Однако в силу широкой тематической наполненности беседы, МДЕ в видеоблоге могут быть более разнообразными, чем в телеинтервью.

1.3.2. Коммуникативные стратегии и тактики в видеоблоге-интервью

По мнению исследователей, любое общение носит стратегический характер. Р. М. Блакар подчеркивает, что «выразиться нейтрально невозможно» и даже «неформальный разговор предполагает осуществление власти, то есть воздействие на восприятие и структурирование мира другим человеком» [Блакар 1988: 91]. Под *коммуникативной стратегией* ученые понимают «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [Клюев 2002: 18], она рассматривается с двух позиций: как способ прогнозирования коммуникативной ситуации и как способ контроля над ней. Отмечается, что коммуникативная стратегия «всегда отличается гибкостью и динамикой, ведь в ходе общения она подвергается постоянной корректировке, непосредственно зависит от речевых действий оппонента и от постоянно пополняющегося и изменяющегося контекста дискурса» [Макаров 2003: 123].

Сужая фокус внимания до темы данной работы, следует отметить, что особенно гибкой и динамичной стратегия будет в пространстве публичного диалога, ведь коммуникативной целью портретного интервью, которое представлено в том числе в видеоблоге, является «максимально полное раскрытие личности интервьюируемого, ведущее к созданию его яркого образа у аудитории»

[Кузнецова 2008: 4]. Интервьюеру необходимо получить от собеседника информацию, «носящую специальный, личный характер и являющуюся новой, малоизвестной, которую читателю, слушателю, зрителю будет логично узнать именно от этого человека» [Джандалиева 2012: 89]. Однако не только раскрытие собеседника является основополагающим фактором при выборе видеоблогером коммуникативной стратегии. По мнению исследователей, «в блогосфере представлены дискурсы, имеющие различную целевую природу: убеждающие, суггестивные, информирующие. В блогосфере реализуется широкий спектр целевых установок, поскольку в основе коммуникативных действий участников лежат различные мотивы — от самопрезентации до поиска истины» [Кожемякин и Попов 2010: 204].

В дискурсе блогосферы выделяют следующие частные стратегии: «Я-стратегия, Ты-стратегия, Мы-стратегия» [Баоянь 2008: 96-97]. *Я-стратегия* или *стратегия самопрезентации*, которую исследователи выдвигают на первый план, и поэтому о ней стоит рассказать более подробно, нацелена на привлечение аудитории. По словам исследователей, блогер «моделирует свой виртуальный образ, наделяя его чертами индивидуальности реальной личности» [Шляховой 2019: 45]. При этом стоит отметить, что виртуальная личность видеоблогера-интервьюера кажется зрителю более реальной, чем виртуальная личность текстового блогера, потому что у первого нет возможности кардинально изменить материал, представив себя в ином свете: разговор с гостем записывается здесь и сейчас и, несмотря на обязательное присутствие монтажа в видеороликах, он все же не дает видеоблогеру возможность изменить свои вопросы и реплики. Основным средством самопрезентации ученые считают коммуникативное поведение [Антонова, Лебедева 2015: 90]. В то же время исследователи отмечают, что процессу общения предшествует использование докоммуникативных средств, обязательных в том числе и в виртуальном пространстве видеоблога, к которым относятся «ник пользователя, аватар, подпись, название блога или домашней страницы» [Лутовинова 2012: 59].

Ты-стратегия (или стратегия интеракции) направлена на взаимодействие с аудиторией. Так как видеоблог, реализуемый в жанре интервью, предполагает общение с определенным гостем, авторы блогов открыто не просят зрителей выразить свое мнение о том, что сказал респондент, однако можно сказать, что это в этом нет необходимости, потому что зрители сами пишут в комментариях свои мысли на счет личности героя интервью, самой беседы, тематики вопросов и т.д. С учетом характеристики речевого жанра видеоблога-интервью в данном случае *Ты-стратегию* можно рассматривать не только по отношению к аудитории, но и по отношению к собеседнику, и в дальнейшем исследовании будет логичным сделать акцент именно на госте программы, переименовав эту стратегию в *стратегию презентации собеседника*.

Мы-стратегия предполагает формирование дружелюбного сообщества. Средствами ее реализации, по словам ученых, могут стать «призывы к выработке единого подхода к какой-либо проблеме, сбор мнений, цитирование вопросов других пользователей или просто работа над созданием комфортного коммуникативного пространства» [Шляховой 2019: 47]. Пожалуй, из всех вышеперечисленных эта стратегия менее всего актуальна для видеоблога-интервью, но ее косвенным проявлением можно считать выбор интервьюером героев для своих выпусков: ориентируясь на свою аудиторию, блогер понимает, какой человек и чем может заинтересовать зрителя. В частности, Ю. Дудь, по мнению исследователей, ориентируется «на самую массовую и активную аудиторию Рунета — молодежь до 25–30 лет и говорит на темы, которые интересны большинству обычных молодых людей, — о том, как можно заработать много денег, добиться общественного признания, выстроить отношения с другими людьми и проч., причем обсуждает это на языке толпы, с русским матом и речевыми штампами» [Подосокорский 2018: 160].

Воплощением коммуникативной стратегии является *коммуникативная тактика*, определяемая как «речевое действие, направленное на решение одной задачи в рамках стратегии» [Попова 2005: 14]. Она представляет собой «более мелкий масштаб рассмотрения коммуникативного процесса по сравнению с

коммуникативной стратегией, соотносится не с коммуникативной целью, а с набором отдельных коммуникативных намерений» [Данченко 2014: 56-57].

Исследуя речевую стратегию самопрезентации на материале проектных заявок, Е. М. Торбик определяет внутри нее следующие тактики: тактика персонализации (представление компании / организации как единого целого), тактика оппозиционирования (прием черно-белого изображения — противопоставление «свои – чужие»), тактика создания «своего круга» (стремление создать свой образ посредством очерчивания некоего круга единомышленников), тактика подчеркивания качественных показателей и тактика акцентирования положительной информации, тактика подчеркивания количественных показателей и тактика сопоставительного анализа [Торбик 2015: 172-174]

Основания для более дробной классификации тактик, реализуемых в рамках стратегии самопрезентации, можно найти в трудах таких ученых как О. С. Иссерс, О. В. Кашкина, О. А. Пикулева, И. А. Дубских. Суммируя выводы лингвистов, можно классифицировать речевые тактики самопрезентации по нескольким основаниям:

— по ориентации на собеседника: конвергентные (приспосабливание своего мнения под общество) и дивергентные (подчеркивание своих принципиальных отличий от других) [Черкасова 2006: 200], тактики солидаризации с оппонентом и дистанцирования от него [Дубских 2008 : 52].

— по содержанию: тактики, направленные на презентацию личностных качеств, отношения к труду, профессиональных навыков, знаний и др.;

Вместе с тем, видеоблог-интервью предлагает не только стратегию самопрезентации ведущего, но и стратегию презентации собеседника, которая также проявляется в коммуникативных тактиках. Для рассмотрения классификаций тактик этой стратегии предлагается опираться на политический дискурс как наиболее схожий с дискурсом видеоблога-интервью, поскольку в обоих «главенствующим признается стремление воздействовать на интеллектуальную, волевую и эмоциональную сферу адресата» [Красногорская

2012: 7]. Так, Н. Б. Руженцева, исследуя политический дискурс на материале печатных СМИ, пишет о преобладании дискредитирующих тактик, среди которых выделяет тактику превращения нейтральных контекстов в дискредитирующие, тактику дискредитирующего нарратива, тактику развертывания образа, тактику создания антиимиджевого образа и др. [Руженцева 2004 : 10].

Итак, практическое моделирование речевого портрета блогера предлагается осуществлять через анализ речевых тактик в рамках реализации стратегии самопрезентации журналиста и стратегии презентации собеседника как главенствующих в этой коммуникативной ситуации. Воплощение коммуникативных тактик предлагается изучать через анализ упомянутых ранее оценочных лексико-семантических единиц (ОЛСЕ).

1.3.3. Речевое воздействие в видеоблоге-интервью

Речевое воздействие определяется учеными как «влияние, оказываемое с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств в процессе речевого общения, обусловленное особыми предметными целями говорящего, включающими: изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, перестройку его категориальных конструктов, влияние на поведение, изменение эмоционального настроения либо психофизиологических процессов» [Шелестюк 2014: 10]. Речевое воздействие является неотъемлемой составляющей дискурса средств массовой информации. По словам ученых, «связность и цельность, присущая медиатекстам, позволяет не только информировать массовую аудиторию, но и оказывать на нее воздействие, в том числе и речевое» [Глинчевский 2005: 19]. Журналист может оказывать влияние на двух адресатов — своего непосредственного собеседника и аудиторию.

При самом общем приближении речевое воздействие подразделяется на прямое (убеждение и аргументация) и непрямое. В дискурсе СМИ присутствуют оба вида, однако наиболее актуальным будет непрямое (скрытое) воздействие, при котором «адресант сохраняет вид кооперативной направленности в своем

речевом поведении, но его истинная установка — некооперативная, поскольку навязывание адресату определенных точек зрения, мнений, ценностей, стереотипов происходит вопреки его желаниям и они не совпадают с теми, которые он мог бы сформировать самостоятельно» [Гурочкина 2019: 50].

В другом аспекте речевое воздействие включает в себя два компонента — эмоциональный и рациональный. Исследователи отмечают, что «если задача оратора — убедить слушателей в истинности излагаемых им суждений, ввести аудиторию в состояние интеллектуального сопереживания, то есть совместной мыслительной деятельности, то его инструментом становится логика, а если задача состоит в изменении эмоционального состояния аудитории, залогом успеха, возникновения ситуации эмоционального сопереживания является внешняя “эмоциональность” оратора». [Лаврова 2011: 16-17].

Также в речевом воздействии выделяют вербальное — «при помощи слов, воздействующими средствами являются собственно языковые средства, и успешность воздействия зависит от их подбора, расположения, интонации, содержания выражаемой ими мысли» и невербальное — «воздействие при помощи несловесных средств, которые сопровождают речь (жесты, мимика, поведение во время речи, внешность говорящего, дистанция до собеседника» [Стернин 2012: 46]. В видеоблоге-интервью находят отражения оба аспекта, поскольку при общении журналист и респондент видят друг друга.

В структуре речевого воздействия выделяют приемы, его формирующие. Наиболее применимыми к видеоблогу-интервью представляются способы речевого воздействия, выделенные и описанные Е. Б. Сахновой при исследовании печатных интервью, поскольку они отражают особенности медиадискурса. Первые два приема из представленного ниже списка сформулированы автором с опорой на работу О. С. Иссерс [Иссерс 2009: 74-76].

- «— введение эксперта или апелляция к авторитетам;
- ссылка на неизвестный источник;
- тактика навешивания ярлыков;
- метафоры и фразеологические выражения;

- противопоставление "свои" — «чужие»;
- введение исторических параллелей;
- сравнение;
- объединение нескольких вопросов в один;
- повтор основной мысли;
- градация» [Сахнова 2012: 107-109].

Манипулятивные приемы речевого воздействия находят отражение в речи К. Собчак и Ю. Дудя. В частности, анализируя ТВ-программу «Собчак живьем» исследователи обнаруживают приемы обращения к третьим лицам и отмечают, что «ведущая использует их, когда хочет подтвердить свое мнение объективной информацией или данными, когда хочет вызвать определенные эмоции у собеседника, например, спровоцировать его» [Дятлова 2016: 41-42]. Отмечается также, что ведущая нередко «ссылается на неизвестный источник, повторяет одну и ту же мысль» [Дятлова 2016: 56-57]. В речи ведущего программы «вДудь» Ю. Дудя, по словам ученых, «имплицитно поданная информация представлена ссылкой на неизвестный источник, сравнением и объединением нескольких вопросов в один» [Дятлова 2018: 2].

По словам ученых, ресурсом воздействия, помимо речи, обладает «выбор тональности общения и выбор кода (литературный язык, разговорная речь, жаргон, просторечие, диалект)» [Иссерс 2009: 48]. Исследователи отмечают, что «в телевизионной программе «"Собчак живьем"» автор выбирает тональность общения в зависимости от статуса отношений с гостем, при этом выбор дружеского тона довольно часто может приводить к тому, что собеседники перебивают друг друга» [Дятлова 2016: 52]. Подобную тенденцию ученые также обнаруживают в выпусках Ю. Дудя: «речевой портрет ведущего напрямую зависит от личности интервьюируемого. Юрий Дудь позволяет себе больше лексической свободы в программах, где его собеседники — ровесники» [Дятлова 2018: 2].

Итак, для дальнейшего исследования речевого портрета видеоблогера-интервьюера предлагается анализировать приемы речевого воздействия, применяемые ведущими, а также выбор тональности общения.

1.3.4. Качественные характеристики прагматически эффективной речи

Публичная речь является средством прагматического воздействия. В видеоблоге-интервью, одним из ключевых параметров которого является фактор двойного адресата, речь журналиста обладает воздействующим потенциалом как по отношению к герою программы, так и по отношению к массовому адресату. Лингвисты рассматривают эффективность речи, опираясь на ее коммуникативную результативность, поскольку успешным будет только то речевое действие, с помощью которого адресант реализует свою коммуникативную задачу.

Под эффективностью коммуникации ученые понимают «достижение говорящим своих целей посредством общения» [Стернин 2008: 21]. И. А. Стернин выделяет три цели общения: «информационную, которая заключается в том, чтобы донести свою информацию до собеседника, получив подтверждение, что она получена; предметную — что-либо получить, узнать, изменить в поведении собеседника; коммуникативную — сформировать определенные отношения с собеседником» [Стернин 2008: 22].

В видеоблоге-интервью наиболее актуальными по отношению к зрителю является информационная цель, так ведущий доносит до публики, во-первых, неизвестную ей информацию, а во-вторых, презентует свою виртуальную личность, которая, как уже было сказано ранее, близка к реальной. По отношению к герою программы ведущий реализует предметную цель, поскольку он задает интересующие его вопросы, а также коммуникативную, потому что от характера взаимоотношений, сложившихся между собеседниками, зависит то, насколько открытым и искренним будет герой интервью, а также захочет ли он отвечать на неудобные и провокационные вопросы.

В процессе диалога интервьюеру особенно важно установить и сохранить коммуникативное равновесие, то есть «отвести собеседнику в процессе общения роль не ниже той, которая обусловлена его социальной ролью и представлением о его собственном достоинстве» [Стернин 2008: 22]. Важно отметить, что в видеоблоге-интервью этот базис эффективного общения — коммуникативное равновесие — нередко нарушается, поскольку журналист задает провокационные, неудобные вопросы, а также вступает с собеседником в спор и открыто заявляет о своей точке зрения, которая может быть противоположной точке зрения интервьюируемого.

Достичь всех трех целей общения интервьюер может только в том случае, если его речь прагматически эффективна. По словам исследователей, это понятие подразумевает единство следующих категорий:

«1) целесообразности речи (соответствия ее целям или речевым намерениям говорящего);

2) действенности речи (ее воздействующего характера, проявляющегося в том, что в результате такой речи изменяется наличествующая у адресата «картина мира» и возникают мотивы, побуждающие его к поступку, действию);

3) гармонизирующего характера речи, эмоциональным результатом которого является эстетическое удовольствие, радость и удовлетворение от общения» [Гливенкова 2002: 2].

Итак, в видеоблоге-интервью речь журналиста будет прагматически эффективной только в том случае, если ведущему удалось раскрыть собеседника как личность. Эффективность речи рассматривается сквозь призму трех факторов — целесообразности и действенности речи, а также ее гармонизирующего характера. Вместе с тем, сохранять коммуникативное равновесие видеоблогеру-интервьюеру необязательно, поскольку дисгармония в коммуникации, вызванная неудобными и провокационными вопросами, а также несогласием с мнением собеседника, может способствовать реализации основной цели коммуникации.

I.4. Модель лингвопрагматического описания речевого портрета видеоблогера

Речевое портретирование неразрывно связано с понятием языковой личности, которое ввел в научный обиход Ю. Н. Караулов, трактуя языковую личность как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов)» [Караулов 2007: 23]. Ю. Н. Караулов разработал широко известную структуру языковой личности, которая состоит из:

- «1) вербально-семантического уровня, или лексикона личности;
- 2) лингво-когнитивного уровня, «представленного тезаурусом личности, в котором запечатлен «образ мира» или система знаний о мире;
- 3) мотивационного, или уровня деятельностно-коммуникативных потребностей, отражающего прагматикон личности, т.е. систему ее целей, мотивов, установок и интенциональностей» [Караулов 2007: 56].

Речевой портрет попал в фокус внимания современных лингвистов в 1960-х годах после публикации работ М. В. Панова, исследовавшего речевые портреты писателей и политических деятелей XX века. *Речевой портрет* в трактовке Ю.Н. Караулова представляет собой «своеобразную характеристику особенностей языковой личности, реализуемых в речи как многокомпонентный и многослойный набор языковых способностей, умений, готовности к осуществлению речевых поступков разной степени сложности» [Караулов 2007: 32]. Речевой портрет трактуется с опорой на термин языковая личность и в трудах других исследователей: это «воплощенная в речи языковая личность» [Леорда 2006: 59-60], «функциональная модель языковой личности» [Китайгородская, Розанова 1995: 10], «один из жанров описания языковой личности» [Асташова 2013: 13]. В определении Г. Г. Матвеевой, делающей акцент на прагматику, речевой портрет трактуется как «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определенных намерений и стратегий воздействия на слушающего» [Матвеева 1993: 87].

На сегодняшний день существует множество подходов к моделированию речевого портрета, при этом рассматриваются чаще всего особенности фонетического оформления речи и словоупотребления. Вместе с тем, М. В. Китайгородская и Н. Н. Розанова при формировании речевого портрета русских людей выделяют три уровня, соответствующие уровням языковой личности, разработанным Ю.Н. Карауловым: вербально-семантический, лингво-когнитивный и мотивационно-прагматический [Китайгородская, Розанова 1995: 10]. Л. П. Крысин моделирует речевой портрет русской интеллигенции с учетом способов выбора и употребления языковых единиц, а также особенностей речевого поведения [Крысин 2001: 93]. С. В. Мамаева, исследуя языковую личность школьников 5-7 классов, делает акцент на фонетических, словообразовательных, лексических и морфологических особенностях речи [Мамаева 2007: электронный ресурс].

Однако моделирование языковой личности в Сети является актуальным направлением современной лингвистики, поскольку «описание речевого портрета сопряжено с определенными трудностями, вызванными недостаточной проработанностью теоретико-прагматических аспектов интернет-коммуникации и особенностями виртуальной коммуникации в целом» [Селютин 2010: 120]. Итак, для описания речевого портрета видеоблогера-интервьюера, предлагается использовать модель, сформированную с учетом выделенных ранее лингвистических и прагматических особенностей этого жанра.

Модель лингвопрагматического описания речевого портрета видеоблогера-интервьюера

1. Содержательная структура диалога

Компонент анализа: минимальные диалогические единицы интервью (с опорой на классификацию Т. И. Поповой) и реплики-стимулы журналиста внутри МДЕ;

2. Стратегия презентации собеседника

Компонент анализа: оценочные лексико-семантические единицы (с опорой на классификацию Н. Д. Арутюновой), формирующие коммуникативные тактики (с опорой на классификации Е. М. Торбик и Н. Б. Руженцевой);

3. Стратегия самопрезентации ведущего

Компонент анализа: оценочные лексико-семантические единицы (с опорой на классификацию Н. Д. Арутюновой), формирующие коммуникативные тактики (с опорой на классификации Е. М. Торбик и Н. Б. Руженцевой).

Исследователи указывают на то, что описание речевого портрета конкретной личности позволяет делать вывод о характеристиках некоторой социальной группы: «с одной стороны, он [речевой портрет] представляет речевую манеру произношения конкретного человека, с другой стороны, объединяет в себе индивидуальные и коллективные свойства, поскольку является отражением своей социальной среды (бытовой, профессиональной)» [Еремина, Мухаметшина 2016: 60]. Изучение речевого портрета видеоблогеров дает возможность не только выделить ключевые речевые и коммуникативные характеристики представителей этой социальной группы, но и сделать вывод о том, что в их деятельности привлекает интернет-пользователей.

Выводы по главе I

1. Видеоблог-интервью является отдельным речевым жанром, объединяющим черты блога и телевизионного интервью. Важными особенностями видеоблога-интервью как речевого жанра являются принадлежность одновременно и к информативному, и к оценочному жанру речевого общения, яркий образ адресанта, приближенный к образу телеведущего, а также наличие двойного адресата. В речевом поведении блогера зачастую проявляется его отношение к гостю программы, поэтому экранный имидж ведущего может меняться в зависимости от выпуска;

2. Видеоблогу-интервью, являющемуся разновидностью публичного диалога, присущ низкий уровень спонтанности и неподготовленности. Микротемы интервью раскрываются в минимальных диалогических единицах (МДЕ), схожих с теми, которые наблюдаются в телеинтервью с собеседниками-личностями (представление собеседника, выяснение отношения собеседника к предлагаемой социально-психологической роли, оценочные характеристики, объяснение оснований оценочного отношения и мотивов поступков, вывод) и собеседниками-профессионалами (экспозиция, выяснение исходных позиций собеседников по отношению к тезису и антитезису, характеристика положения дел, запрос аргументации, вывод);

3. Для видеоблога-интервью наиболее актуальными являются две коммуникативные стратегии — стратегия самопрезентации и стратегия презентации собеседника, раскрывающиеся в коммуникативных тактиках, которые предлагается анализировать через языковую категорию оценочности, поскольку она позволит выявить смысловые и лингвистические доминанты речи ведущих;

4. Для видеоблога-интервью актуально речевое воздействие ведущего на собеседника. Оно может быть рациональным и эмоциональным, воплощаясь в таких приемах как проведение исторических параллелей, сравнение, ссылка на неизвестный источник и др.;

5. Видеоблог-интервью относится к стилистически неоднородному типу журналистского произведения. В нем проявляются черты разговорного стиля (речевые штампы, просторечия, сленг, жаргонизмы), а также обценная лексика. С позиции публицистического стиля речи видеоблог-интервью характеризуется широким употреблением средств художественной выразительности;

6. В качестве модели для описания речевого портрета блогера предлагается использовать структуру, состоящую из нескольких уровней, отражающих коммуникативно-прагматическую специфику данного жанра: анализ минимальных диалогических единиц (МДЕ) и языкового воплощения тем выпусков, а также изучение оценочных лексико-семантических единиц, формирующих тактики самопрезентации ведущего и тактики презентации им собеседника. Такая модель позволит проследить зависимость речевого поведения ведущих Ю. Дудя и К. Собчак от социального статуса собеседника, а также провести сравнительный анализ речевых портретов.

Глава II. Лингвопрагматическое описание речевого портрета блогера

II.1. Характеристика речевого портрета Ю. Дудя

II.1.1. Минимальные диалогические единицы интервью и языковое воплощение тем

Для коммуникативного поведения характерны определенные коммуникативные правила, рассматриваемые как обязательные для выполнения данной личностью или обществом. К таким правилам относятся традиционные слова приветствия и прощания, а также формы выражения вежливости. Рассмотрим контактоустанавливающие речевые действия, используемые интервьюером Ю. Дудём. Видеоблогер не совершает речевые акты приветствия и прощания с гостем. Вместе с тем, материал исследования демонстрирует различия в коммуникативном поведении ведущего, а именно в речевом акте обращения: к Д. Нагиеву интервьюер обращается на *вы (Дмитрий)*; к Е. Криду и К. Собчак — на *ты (Егор / Ксения, Ксюша)*. Тематические переходы в речи Ю. Дудя слабо маркированы (*последняя тема / генеральный / финальный по этой теме / мы подходим к концу*). Речевой контакт со зрителем практически не устанавливается, поскольку отсутствует обращение к аудитории. Исключение составляют пояснение Ю. Дудя (*если кто не в курсе*), рубрика «Конкурс», ориентированная на зрителя, а также фото, видео и текстовые материалы, дополняющие слова ведущего и его собеседника.

Также важно отметить отличия в лексике, используемой Ю. Дудем в беседах с разностатусными собеседниками. Так, в выпуске с актером наблюдается лексика, объединенная темой «Киноиндустрия» (*преьера, сыграть, фильм, режиссер, роль, «Непрощенный», «Чистилище»*). В беседе с современным исполнителем — лексика, объединенная темой «Музыка» (*клип, песня, концерт, Black Star, поп-песня, рифма, трэк, рэпер, поп-шабаш, музыка, артист, творчество, поп-певец*), молодежный сленг (*бро, щи, фартануть, хейт, чувак*) и общенная лексика. Интервью с кандидатом в президенты отличается преобладанием лексики общественно-политического содержания (*родная страна, голосовать, заявить о выдвижении, президент, российская власть,*

конкурировать, Владимир Путин, остаться у власти, Конституция, сторонники, государство, голосовать, избиратель, критиковать президента).

Чтобы раскрыть содержательные особенности выпусков шоу «вДудь с актером и шоуменом Д. Нагиевым, кумиром молодежи и современным музыкантом Е. Кридом, а также кандидатом в президенты России 2018 года К. Собчак, необходимо исследовать семантическое пространство публичного диалога, анализ которого базируется на выделении общих и частных тем, актуализированных ведущим в интервью, и их типового языкового воплощения.

Индивидуальные темы, актуальные для интервью с разностатусными собеседниками, и типы МДЕ, инициируемых ведущим

Исследование семантического пространства интервью выявляет общую тематическую направленность интервью с Д. Нагиевым и Е. Кридом, включающую общие темы «Личность», «Карьера» и «Личная жизнь». Далее приводятся примеры стартовых реплик ведущего внутри МДЕ.

1. Личность. Типы МДЕ: выяснение отношения к предлагаемой социально-психологической роли, оценочные характеристики, объяснение мотивов поступков.

Из интервью с Д. Нагиевым:

«Мне отвратительна любая агрессия», — сказали вы. Мультим про ракеты, способные долететь до Флориды, вам тоже отвратителен?

Я правильно понимаю, что вы не сторонник фразы, гипотезы о том, что армия делает из мальчика мужчину?

Из интервью с Е. Кридом:

Оцени свою самоиронию по десятибалльной шкале.

*Я пока готовился, оно у меня четко сложилось, что у тебя слишком **** свободного времени и ты читаешь и смотришь про себя всё.*

2. «Карьера / Профессия». Типы МДЕ: оценочные характеристики, объяснение мотивов поступков.

Из интервью с Д. Нагиевым:

У вас большая премьера. Сейчас фильм «Непрощенный» — очень... Почему вы согласились?

В последнем сезоне «Физрука» вы работали с Виктором Сухоруковым. Что-то особенное?

Из интервью с Е. Кридом:

Ты теперь официально свободен, потому что ты не на Black Star? Как это произошло — расставание с «Блэкстаром»?

Спустя пять лет тебе не кажется, что это прям очень слабо? Даже для поп-песни это прям... Р-р-рифма, которая 400 тысяч раз встречалась в самых разных песнях.

3. «Личная жизнь». Типы МДЕ: запрос информации, оценочные характеристики, объяснение мотивов поступков

Из интервью с Д. Нагиевым:

Расскажите об одной штуке, а можно не об одной, которой вас научила мама?

Вот после той самой «Прожарки» у меня возник вопрос. А вы с Гузеевой были парой когда-то?

Сколько у вас детей?

Из интервью с Е. Кридом:

С Нюшей ты и правда расстался, потому что батя был против?

Ты уже думал, как ты будешь создавать семью?

Интервью с кандидатом в президенты 2018 года К. Собчак показывает иную содержательную направленность — оно ограничено тематически и включает темы «Мотивы выдвижения в президенты», «Политический имидж», «Политическое будущее героини». Помимо МДЕ-оценочных характеристик и МДЕ-объяснения мотивов поступков, здесь заметны типы МДЕ, характерные для интервью с профессионалом.

МДЕ-характеризация положения дел:

Если Путин останется у власти еще на 6 лет — а это очевидно, что останется — для страны это будет трагедия или радость?

Допустим, ты стала президентом. Первый твой указ. Ты сказала — роспуск Госдумы. А два других указа?

МДЕ-запрос аргументации (прием сегментации):

Шесть лет назад. Декабрь 11-го года Михаил Прохоров выдвинул свою кандидатуру. Запись в твиттере Ксении Собчак — «Всё разузнала — Прохоров был опять призван для отвода голосов на себя, всё согласовано. Кремль понял, что нужна альтернатива. Прохоров — бизнесмен, терять деньги не хочет. Без разрешения соваться бы не стал». Ничего ли тебе это не напоминает? <...> Почему твоя ситуация не такая, как у Прохорова?

Смотри. Человек помог твоему отцу. Очень сильно. Как после этого, ты сама говоришь об этом, ты будешь конкурировать с ним [с действующим президентом] на выборах? А конкурировать не критикуя, не вскрывая каких-то его косяков, в том числе очень серьезных, невозможно. Как ты собираешься конкурировать?

Также примечательны другие темы, актуализированные в материале исследования: **«Неэтичные поступки гостей»**, а также **«Сложные жизненные моменты»**. В их языковом воплощении обнаружен прием ссылки на неизвестный источник информации:

Из интервью с Е. Кридом:

У меня есть знакомые, которые снимали «Холостяк», и некоторые говорили о том, что Крид вел себя как животное.

*Там шутили про тебя. По моей информации ты сказал «Пацаны, меня ***** шутики про геев. Шутите про что угодно, но не про геев.*

Я про то, что Ротенберги вписались за тебя, слышал за несколько дней до новостей. Я не помню, <...> «Стархит» написал или кто-то из этих шоу-бизнесовских медиа. И я узнал это не от них. <...> Я не могу сказать. Но от людей, которым я доверяю гораздо больше, чем «Стархиту».

Из интервью с К. Собчак:

В общем-то, я проверял, и у многих впечатление о тебе, что ты <...> жесточайшую дистанцию держишь с простыми людьми.

Во-вторых, при актуализации этой темы использует направленные вопросы, актуализирующие этические аспекты самосознания героя:

Из интервью с Д. Нагиевым:

Самый жесткий день вы помните в армии?

Вы когда-нибудь были близки к тому, чтобы убить человека?

Из интервью с Е. Кридом:

Давай приведем один пример. История, когда ты вел себя прям мерзко. Ты можешь ее вспомнить и прям рассказать о ней.

Ты можешь вспомнить поступок, который у тебя произошёл за последние 5-7 лет, который ты считаешь ошибкой?

Из интервью с К. Собчак:

Из всех тех вещей, которыми ты занималась до того, как переформатировалась и стала журналистом, общественным деятелем и всем остальным, за что тебе наиболее стыдно?

Общие темы интервью и речевые средства, их воплощающие

Характеризуя тематическую направленность всех выпусков, можно сказать о широком интересе Ю. Дудя к гражданской позиции своих гостей, поскольку общей для всех выпусков является тема «**Отношение к государственной политике и властным структурам**». В языковой репрезентации этой темы были обнаружены следующие типы речевых средств:

- прецедентная цитата гостя + факт из его жизни, противоречащий постулированному принципу + вопрос, запрашивающий объяснение (почему/как?) о причинах нарушения принципа:

Из интервью с Е. Кридом:

Д: Какие у тебя отношения с политикой?

К.: Никаких вообще. Я аполитичный человек, я в ней не разбираюсь.

Д.: Если ты аполитичный человек и в ней не разбираешься, почему ты на выборах мэра Москвы призывал голосовать за Сергея Собянина?

К.: Разве?

Д.: Пост. Парк Зарядье. Ты, Тимати. Почти 600 тысяч человек. Ты говоришь о том, что как же похорошела Москва при Собянине.

К.: Слушай, ну это точно не призыв голосовать.

Д.: Это был именно призыв. Рекламный пост голосовать за Сергея Собянина.

Из интервью с К. Собчак:

«Ни с какой апэшечкой [администрация президента] в сношениях не была замечена и не буду». Твоя реплика. Как эта реплика сочетается с тем, что ты долгие годы общаешься и, возможно, дружишь с Владиславом Сурковым?

- прецедентная цитата гостя + неэксплицированный вопрос

Из интервью с Д. Нагиевым:

Если прочитать то, что вы говорите про происходящее вокруг, в нашей с вами родной стране, то складывается впечатление, что вы далеко не всем довольны.

Ваша цитата, которая в холод меня повергла немного — «Мы медленно, но верно движемся в сторону [Северной] Кореи».

Здесь Ю. Дудь выражает отношение к общественно-политической позиции Д. Нагиева за счет ментального модуса полагания [у меня] складывается впечатление, что вы далеко не всем [происходящим в стране] довольны и перцептивного модуса чувственного восприятия ваша цитата в холод меня повергла немного.

- личная оценка ситуации действительности + вопрос, запрашивающий оценку

Из интервью с Д. Нагиевым:

Смутило ли вас то, что программа «Голос 60+» появилась одновременно с пенсионной реформой? Одновременно с тем, как все госмедиа должны объяснять людям, что старость — не порок: живите, работайте и бла-бла-бла. Как вы относитесь к пенсионной реформе?

Из интервью с К. Собчак:

Если Путин останется у власти еще на 6 лет — а это очевидно, что останется — для страны это будет трагедия или радость?

Второй общей темой, обнаруженной в материале исследования, является тема «**Финансовый достаток**», которая вводится при помощи вопроса, содержащего предположение/соотнесение с другим фактом:

Из интервью с Д. Нагиевым:

К обычному гонорару это [реклама фармпрепарата] плюс нолик?

Из интервью с Е. Кридом:

Шнур [Сергей Шнуров] нам рассказывал, что его зубы стоят 250 тысяч баксов.

Сколько стоят твои?

В каком финансовом состоянии ты уходишь в самостоятельную жизнь? <...> У тебя есть 1 млн долларов на счету?

Из интервью с К. Собчак:

«Форбс» оценил твой последний заработок, заработок за прошедший год в два млн сто тысяч долларов. Насколько это близко к правде?

Эта тема выражена в МДЕ-запросе информации. Языковая реализация примечательна наличием модуса полагания о финансовом положении гостя (*к обычному гонорару это плюс нолик / а у Шнура грилзы стоят 250 тысяч баксов / У тебя есть 1 млрд долларов на счету?*).

Речевое воздействие в выпусках Ю. Дудя

Помимо исследования семантического пространства выпусков шоу «вДудь», для моделирования речевого портрета ведущего необходимо исследовать речевоздействующий потенциал его реплик. Интервью с разностатусными собеседниками показывает различные приемы, актуализированные Ю. Дудём.

Таблица 1. Классификация приемов речевого воздействия Ю. Дудя

Гость Прием	актер и шоумен Д. Нагиев	современный музыкант Е. Крид	кандидат в президенты 2018 г. К. Собчак
цитата гостя	<i>Если прочитать то, что вы говорите про происходящее вокруг, в нашей с вами родной стране, то</i>	<i>Тебе не кажется, что действительно ты очень часто говоришь очень много пафосных фраз, которые его</i>	<i>Я хотел бы начать вот с такого видео [К. Собчак говорит, что не собирается баллотироваться]. Четыре месяца назад всё это</i>

Гость Прием	актер и шоумен Д. Нагиев	современный музыкант Е. Крид	кандидат в президенты 2018 г. К. Собчак
	<p>складывается впечатление, что вы далеко не всем довольны. <...> Ваша цитата, которая в холод меня повергла немного. «Мы медленно, но верно движемся в сторону Кореи».</p>	<p>заставляют его об этом думать? Ты даже наше интервью начал с фразы: «У меня есть ****, и поэтому я смог».</p>	<p>произошло. Что же изменилось, Ксения?</p> <p>И когда человек идет на выборы президента <...> и называет детей мелкими *****, и говорит, что пусть они сдохнут — это имеет значение. Это начинает значение иметь.</p> <p>Не твоя семья. Но твоя цитата «Я считаю себя обязанной Путину и всегда буду считать себя обязанной Путину за то, что в свое время в сложной ситуации он помог моему отцу».</p>
<p>проведение параллелей</p>	<p>Актерам, которые играли бандитов, например, в «Брате», сами братки подгоняли за хорошую игру золотые часы, тачки или что-то еще. Ну, респект выражали. У вас тоже такое было?</p>	<p>—</p>	<p>Шесть лет назад. Декабрь 11-го года Михаил Прохоров выдвинул свою кандидатуру. Запись в твиттере Ксении Собчак «Всё разузнала — Прохоров был опять призван для отвода голосов на себя, всё согласовано. Кремль понял, что нужна альтернатива. Прохоров — бизнесмен, терять деньги не хочет. Без разрешения соваться бы не стал». Ничего ли тебе это не напоминает? <...> Почему твоя ситуация не такая, как у Прохорова?</p>
<p>апелляция ко мнению других людей (ссылка на неизвестный источник)</p>	<p>—</p>	<p>У меня есть знакомые, которые снимали «Холостяк», и некоторые говорили о том, что Крид вел себя как животное.</p> <p>Я про то, что Ротенберги вписались за тебя, услышал за</p>	<p>В общем-то, я проверял, и у многих впечатление о тебе, что ты все-таки жесточайшую дистанцию держишь с простыми людьми. Очень серьезную.</p>

Гость Прием	актер и шоумен Д. Нагиев	современный музыкант Е. Крид	кандидат в президенты 2018 г. К. Собчак
		<p><i>несколько дней до новостей. Я не помню, кто-то «Стархит» написал или кто-то из этих шоу-бизнесовских медиа. И я узнал это не от них. — Я не могу сказать. Но от людей, которым я доверяю гораздо больше, чем «Стархиту».</i></p>	
личная оценка	<p><i>Отец одного из людей, которые делают нашу программу, до сих пор вас не любит, вот просто не любит ровно потому, что он прекрасно вас помнит в той роли [в фильме «Чистилище»]. <...> Я думал, что после такого армейского опыта вы даже в кино ни за что форму не наденете.</i></p>	<p><i>Слушай, вот ты говоришь про душу, а те самому не кажется, что ты долгое время был одним из артистов, в творчестве которого души тоже не особо много.</i></p> <p><i>Ты независимый артист. Ты вылупился из «Блэкстара» со всеми его правилами, которые большому количеству людей не заходят. У тебя есть возможность иронизировать над собой. Ты понимаешь? Извини, если это щас выглядит, как будто я учу жизни. Ни в коем случае. Если у тебя есть самоирония, ты неуязвим.</i></p>	<p><i>«Я не знаменита, а скорее популярна». Ты никогда не думала, что популярность бывает такой, которая выборам скорее мешает, а не помогает? Это твой случай.</i></p> <p><i>Я твой потенциальный избиратель, и если я за тебя голосую, если я голосую — далеко не факт — и мне важно, мне хотелось бы, чтобы ты победила. И когда есть такая запись, когда апэшечка, любой другой конкурент могут воспользоваться ими — это значит, что ты никогда не победишь. Никогда.</i></p>

Таким образом, исследование семантического пространства диалога позволяет констатировать наличие следующих черт речевого портрета Ю. Дудя. Во-первых, отсутствие таких контактоустанавливающих действий как приветствие и прощание с гостем, что может быть обусловлено особенностями монтажа, наличие этикетного обращения к Д. Нагиеву (*вы / Дмитрий*),

неформального общения к Е. Криду (*ты / Егор*) и К. Собчак (*ты / Ксения / Ксюша*), речевая маркированность тематических переходов (*последняя тема / генеральный / финальный по этой теме / мы подходим к концу*), в том числе с помощью приема сегментации *Хорошо. Второе. Инсайд; Пост. Парк Зарядье. Ты, Тимати. Почти 600 тысяч человек; Смотри. Человек помог твоему отцу. Очень сильно*); низкая речевая ориентированность на зрителя.

Во-вторых, в интервью с разностатусными собеседниками актуализированы различные темы. В беседах с Д. Нагиевым и Е. Кридом это темы «Личность», «Профессия», «Личная жизнь», которые инициирует ведущий при помощи МДЕ-выяснений отношения к предлагаемой социально-психологической роли, оценочных характеристик, объяснений мотивов поступков. Тематическая направленность интервью с К. Собчак включает смысловые блоки «Мотивы выдвижения в президенты», «Политический имидж», «Политическое будущее». Они выражаются в том числе в таких типах МДЕ как МДЕ-запрос аргументации и МДЕ-характеризация положения дел. Кроме того, Ю. Дудь актуализирует подтемы «Неэтичные поступки гостей», языковой спецификой которой является прием ссылки на неизвестный источник, а также «Сложные жизненные моменты», где ведущий задает вопрос, нацеленный на самосознание героя. Также речь Ю. Дудя характеризуется воздействующим потенциалом, что подтверждается использованием таких приемов как личная оценка, ссылка на чужое мнение, цитата гостя, проведение сравнительных параллелей. Наиболее разнообразным и частотным речевое воздействие является в интервью с кандидатом в президенты.

В-третьих, для всех собеседников актуальны темы «Отношение к государственным и властным структурам» (стимулы — запрос объяснения нарушения постулированного принципа: герой делает или говорит что-то, что противоречит его ранней позиции, а Дудь интересуется причинами такой перемены; ранее высказанная цитата гостя, требующая объяснения) и «Финансовый достаток» (стимул — предположение / соотнесение с другим фактом). Каждое интервью обладает индивидуальными лексическими

особенностями: в беседе с актером преобладает лексика сферы «Киноиндустрия», в беседе с современным музыкантом — лексика сферы «Музыка», а также сленг и общенная лексика; в беседе с кандидатом в президенты — лексика общественно-политического содержания.

II.1.2. Речевые тактики создания образа собеседника

Одной из ведущих речевых стратегий в коммуникативном акте между видеоблогером и интервьюируемым является стратегия презентации собеседника. Ее анализ предлагается проводить на основе последовательного раскрытия следующих прагматических и лингвистических особенностей речевого портрета ведущего: выделение элементов лингвистической категории «характеристика человека» и оценочных лексико-семантических единиц, которые их формируют; разделение ЛСЕ на общеоценочные и частнооценочные, определение типологии частнооценочных ЛСЕ в соответствии с классификацией Н. Д. Арутюновой; выявление на основе ОЛСЕ коммуникативных тактик с опорой на классификацию Н. Б. Руженцевой и их типического языкового воплощения.

Интервью с актером и шоуменом Д. Нагиевым

Особенный интерес для Ю. Дудя представляет феномен популярности своих гостей, который он оценивает комплексно, включая в него оценки профессионализма, индивидуально-личностных черт, этических принципов и общественного поведения. Так, в выпуске с актером и шоуменом Д. Нагиевым объектом презентации гостя является только его профессия. Ю. Дудь использует прием комплимента, выраженного в эпитетах:

У вас большая премьера.

Фильм «Чистилище» любому, кто его смотрел, памятен до сих пор.

Вы сыграли там очень ярко и для многих незабываемо.

Что с этими отношениями стало, когда вы стали суперзвездой?

При оценке профессиональной деятельности Д. Нагиева используются частнооценочные эмоционально-рациональные эпитеты и метафора, являющиеся эксплицитной мелиоративной интеллектуально-психологической оценкой.

Оценка профессиональной деятельности гостя также выражена в метафорах: *Чем манит кино? <...> То есть тем, что это фабрика грез, что вы ее создаете; То есть [для вас работа] это игла?* Это частнооценочные метафоры с негативным компонентом значения, обозначающие нечто ненастоящее: *фабрика грез* может являться отсылкой к Голливуду, либо к иллюзорному миру, а *иглой* в переносном значении называют некую зависимость по аналогии с наркотиками. С помощью метафор Дудь формирует эмоциональную психологическую оценку увлечения гостя своей профессией. Блогер также эмоционально оценивает профессиональное самообладание Нагиева в трудной жизненной ситуации, выражая риторическим вопросом высшую степень ответственности шоумена за процесс его работы *Вы вели прямой эфир «Голоса» через несколько часов, минут после того, как узнали, что умерла мама. Как это возможно?*

На основе анализа ОЛСЕ можно выделить коммуникативную тактику, используемую блогером при формировании образа собеседника. Ведущей является **тактика комплиментарного высказывания**, направленная на профессионализм гостя и выраженная в речевом акте одобрения его работы. Положительная оценка формируется на основе эксплицитных, мелиоративных и интеллектуально-психологических ЛСЕ *большая премьера* и частнооценочных ЛСЕ *[ваш] фильм памятен до сих пор; вы сыграли там ярко и незабываемо; суперзвезда; работа, заточенная на сотни человек*. Пейоративные метафоры *фабрика грез, игла*, направленные на оценку увлеченности гостя своей профессией, также являются речевым актом одобрения, поскольку с их помощью ведущий подчеркивает страсть Д. Нагиева к своей профессии. Комплементарность и однонаправленность этой тактики говорит о том, что Дудю симпатичен собеседник, и поэтому он хочет передать это ощущение своей аудитории и сделать так, чтобы зритель оценил Д. Нагиева так же высоко, как и сам блогер.

Интервью с поп-музыкантом и автором текстов Е. Кридом

В следующей беседе — в интервью с успешным современным музыкантом Е. Кридом — блогер оценивает собеседника при помощи ЛСЕ, направленных на популярность гостя:

Ты главный поп-певец России прямо сейчас.

У тебя полно бабок, ты суперизвестный.

Ты из каждого утюга бренчишь.

Основу оценки популярности гостя составляют телеологические, т.е. акцентирующие внимание на эффективности совершаемых действий, ЛСЕ *суперизвестный, главный поп-певец*, усиленные расширенной разговорной ироничной идиомой *бренчишь из каждого утюга*.

Оценке подлежит также профессионализм героя программы:

Спустя пять лет т[еб]е не кажется, что это [эта песня] — прямо очень слабо[ая]?

Р-р-р-ифма, которая 400 тысяч раз встречалась в самых разных песнях.

Тебе не кажется, что твоя песня «Любовь в Сети» <...>, в ней души и жизни настоящей гораздо больше, чем во всей той пластмассе, которую ты сочинил на «Блэкстаре»?

Ты долгое время был одним из артистов, в творчестве которого души тоже не особо много.

Оценку профессионализма формируют интеллектуально-психологические ЛСЕ *очень слабая [песня]*; *души не особо много*, усиленные гиперболой *400 тысяч раз* и сленгом *пластмасса*, который означает нечто искусственное. Ю. Дудь говорит о негативном отношении к творчеству гостя, оценивания его песни как банальные, поверхностные и часто встречающиеся.

Кроме того, блогер создает образ собеседника при помощи оценки его индивидуально-личностных черт и социального поведения:

От тебя исходит очень много пафоса.

Ты очень часто говоришь очень много пафосных фраз.

У меня есть знакомые, которые снимали «Холостяк» [реалити-шоу, где мужчина выбирает себе невесту], и некоторые говорили о том, что Крид вел себя как животное.

На этом интервью ты выглядишь всегда довольно простым пацаном, за пределами этого интервью у тебя совершенно другой образ.

В этом интервью ты предельно адекватный человек. Так почему твой образ другой?

Этот аспект характеристики собеседника включает в себя этические ЛСЕ с негативным компонентом значения *пафос, пафосные фразы, как животное*, при помощи которых Ю. Дудь говорит об образе, который Е. Крид сформировал у обывателя. Вместе с тем, этот неэтичный образ Ю. Дудем оспаривается в интеллектуально-психологических ЛСЕ с мелиоративной составляющей *простой пацан, адекватный человек*.

Обобщая вышесказанное, необходимо отметить, что в этом интервью актуальна **тактика комплиментарного высказывания**, направленная на популярность гостя и выраженная в речевом акте одобрения его известности и высокого финансового достатка, являющегося для Дудя следствием популярности: телеологические ЛСЕ *суперзвезда; главный поп-певец страны; из каждого утюга бренчишь*.

Остальная характеристика — творчества, профессионализма, индивидуально-личностных черт — представлена в виде разнообразных дискредитирующих тактик. **Тактика доказательного умаления авторитета**, направленная на оценку творческих способностей гостя, выражена в пейоративных интеллектуально-психологических ЛСЕ — *слабая песня; рифма, которая встречалась 400 тысяч раз; в творчестве души не особо много* — подчеркивает неодобрение Дудем музыки Е. Крида, то есть он ставит под сомнение его творческий дар и, следовательно, обоснованность его популярности. **Тактика дискредитирующего рассуждения**, направленная на оценку индивидуально-личностных черт гостя и его социального поведения и выраженная в пейоративных этических ЛСЕ *от тебя исходит очень много*

*пафоса; ты говоришь очень много пафосных фраз; вел себя как животное, применяется Дудём для того, чтобы собеседник предстал перед аудиторией как искусственный, ненастоящий человек, который ведет себя недостойно и вместе с тем очень заботится о своем имидже. Вышеуказанные дискредитирующие тактики подчинены **тактике ловушки на противоречиях**, направленной на выявление несоответствия между двумя образами: Е. Крида, который дает интервью блогеру, и Е. Крида, который является кумиром молодежи, ведущим себя пафосно и неэтично, но при этом следящим за своим имиджем — *В этом интервью ты предельно адекватный человек. Так почему твой образ другой?* Ю. Дудь считает Е. Крида «адекватным», но негативно оценивает его имидж человека, известного своей искусственностью, тщательно следящего за всем, что о нем говорят, пытаясь выяснить причину такого противоречия и намекая, что причина кроется в стремлении музыканта к популярности.*

Интервью с кандидатом в президенты 2018 г. К. Собчак

Перед анализом интервью с К. Собчак важно напомнить, что оно ограничено тематически, поскольку поводом для него послужило заявление К. Собчак выдвижении в президенты в 2018 году. Таким образом, все оценки Дудя по отношению к госте следует рассматривать как оценку ее как кандидата в президенты. В первую очередь объектом оценки гостя становится ее соответствие статусу главы государства :

Ты не только звезда по статусу, но и по поведению.

У многих впечатление о тебе, что ты <...> жесточайшую дистанцию держишь с простыми людьми.

*Популярность бывает такой, которая выборам скорее мешает, а не помогает.
Это твой случай.*

*Когда человек идет на выборы президента <...> и называет детей мелкими *****, и говорит, что пусть они сдохнут — это имеет значение.*

Ю. Дудь дает характеристику госте при помощи частнооценочных ЛСЕ с негативным компонентом значения *звезда по поведению, держишь жесточайшую*

дистанцию с простыми людьми, мешающая выборам популярность, осуществляя пейоративную этическую оценку.

Также блогер оценивает шансы гостьи на победу в президентских выборах:
Твой путь — абсолютно пораженческий. Ты не выиграешь.
Еще несколько месяцев назад ты не собиралась в президенты. А сейчас вжух — ты загорелась и пошла. Так не становятся президентами.
Это значит, что ты никогда не победишь. Никогда.

Здесь преобладают оценочные предикаты с негативным компонентом значения. Основанием для негативного прогнозирования шансов гостьи на победу становится указанное выше несоответствие ее общественного поведения статусу президента.

Несоответствие гостьи должности, на которую она претендует, усиливается оценкой ее карьерного пути и профессионализма:

Из всех тех вещей, которыми ты занималась до того, как перестроилась и стала журналистом, общественным деятелем и всем остальным, за что тебе наиболее стыдно? Ты дебилизацией людей занималась [про работу К. Собчак ведущей телепроекта «Дом-2»].

У тебя это [работа журналистом] офигенно получалось, ты так меня вдохновляла. <...> Почему Ксения Собчак вызывает у меня уважение? Потому что она выросла в семье, где можно было ничего не делать, где все было хорошо, но при этом она работает, она работает много, здорово, это классно.

Мне показались гораздо слабее те [интервью], которые ты делала на выезде, особенно мне украинский рейд показался гораздо слабее. <...> У меня есть гипотеза <...>: выездные интервью слабее, потому что у тебя нет «уха» [устройство для прямой связи со студией с места событий].

Здесь ведущий использует частнооценочные мелиоративные интеллектуально-психологические лексемы, в том числе стилистически сниженные *офигенно получалось; Ксения Собчак вызывает у меня уважение; работает много, здорово, это классно*. Также есть ЛСЕ с негативным компонентом значения *украинский рейд мне показался слабее; выездные*

интервью *слабее*. Имплицитно Дудь говорит о том, что гостя хуже справляется со своей задачей, если ей никто не помогает. Кроме того, блогер выражает частную негативную оценку работы Ксении в роли ведущей телепроекта «Дом-2», выраженную просторечием *дебилизация* (участие в процессе создания *дебилов*).

Итак, в беседе с К. Собчак представлены разнообразные дискредитирующие тактики, при помощи которых Ю. Дудь представляет ее как кандидата в президенты. **Тактика дискредитирующего рассуждения**, направленная на оценку общественного поведения гостя, акцентирует внимание на ее популярности, которая идет вразрез с образом будущего президента, выражается пейоративных этических ЛСЕ *звезда по поведению; держишь жесточайшую дистанцию с простыми людьми; популярность, которая выборам скорее мешает*, усиливается **тактикой обвинения с этической оценкой** *переформатировалась, дебилизацией людей занималась*. На основе этих двух тактик формируется **тактика негативного прогнозирования** *не победишь; никогда не выиграешь; так президентами не становятся*. Речевые тактики в этой беседе подчиняются единой цели: указанию на несоответствие образа гостя статусу президента. Для этого Ю. Дудь представляет собеседнику в следующей динамике развития карьеры: ведущая «Дома-2» (обвинение с этической составляющей) — журналист (преимущественно комплимент) — кандидат в президенты (обвинение с этической оценкой).

Таблица 2. Оценочные лексико-семантические единицы в стратегии презентации собеседника, формируемой Ю. Дудём

Критерий Гость	ОЛСЕ	Аксиологическая интерпретация	Наличие / отсутствие эмотивного компонента	Типология оценочного значения
Д. Нагиев	<i>большая премьера / фильм памятен до сих пор / сыграли ярко и незабываемо / суперзвезда</i>	мелиоративная	эмоционально- рациональная	интеллектуально- психологическая
Е. Крид	<i>песня — прям очень слабо / рифма, которая встречалась 400 раз /</i>	пейоративная	эмоционально- рациональная	интеллектуально- психологическая

Критерий Гость	ОЛСЕ	Аксиологическая интерпретация	Наличие / отсутствие эмотивного компонента	Типология оценочного значения
Е. Крид	<i>пластмасса, которую ты сочинил на «Блэкстаре» / в творчестве души тоже не особо много / от тебя исходит очень много пафоса / очень часто говоришь очень много пафосных фраз / вел себя как животное</i>	пейоративная		этическая
	на этом интервью ты выглядишь всегда довольно <i>простым пацаном / предельно адекватный человек</i>	мелиоративная		этическая
	<i>главный поп-певец России прямо сейчас / у тебя полно бабок / суперизвестный</i>	мелиоративная		телеологическая
К. Собчак	<i>звезда не только по статусу, но и по поведению / держишь жесточайшую дистанцию с простыми людьми / дебилизацией людей занималась / переформатировалась, стала журналистом, общественным деятелем и всем остальным, за что тебе наиболее стыдно?</i>	пейоративная	рациональная	этическая
	<i>популярность бывает такой, которая выборам скорее мешает</i>	пейоративная	рациональная	этическая
	<i>Ксения Собчак вызывает у меня уважение / работает много, здорово, классно</i>	мелиоративная	рациональная	интеллектуально-психологическая
	<i>выездные интервью слабее</i>	пейоративная		

В языковом воплощении коммуникативных тактик можно заметить некоторые закономерности. Так, в комплиментарном высказывании примечательна приставка *супер* (Д. Нагиев — *суперзвезда*; Е. Крид — *суперизвестный*) и стилистически сниженная лексика (у Е. Крида — *полно бабок*; К. Собчак — *офигенно получалось, вызывает респект*), мелиоративные эпитеты (у Д. Нагиева *большая премьера, памятный фильм*, он сыграл *ярко и незабываемо*; К. Собчак *работает много, здорово, классно*), в которых актуализируются разные ценностные критерии (Д. Нагиев — актерский профессионализм, Е. Крид — медийный успех, К. Собчак — журналистский профессионализм).

Гипотезу исследования — зависимость речевого поведения видеоблогера от типа собеседника — также подтверждает разнообразие дискредитирующих тактик презентации собеседника. При оценке кумира молодежи ведущей становится тактика ловушки на противоречиях — Е. Крида как масс-медийного персонажа и Е. Крида как человека, который сидит перед Дудём — что проявляет желание у Е. Крида быть настоящим, а не таким, каким его видят со стороны. Говоря о кандидате в президенты К. Собчак, Дудь использует тактику дискредитирующего рассуждения о профессиональном прошлом, тем самым акцентируя внимание на несоответствии ее общественного поведения и этических качеств кандидатуре будущего президента, что вынуждает героиню доказывать искренность своих намерений. Выявляя отношение интервьюируемых к тем характеристикам, которыми он их наделяет — популярных персон, профессионалов, сторонников некоторых этических принципов, носителей определенных социальных черт — блогер стремится всесторонне изучить их личность и позволить своей аудитории сформировать представление о каждом госте, а также вынуждает своих собеседников оправдываться и защищаться.

II.1.3. Речевые тактики самопрезентации Ю. Дудя

Анализ самопрезентации Ю. Дудя предлагается начать с рассмотрения названия его шоу — «вДудь». В названии видеоблога заключены несколько

значений. Во-первых, оно содержит фамилию ведущего (Дудь), тем самым индивидуализируя видеоблог и делая его узнаваемым. Во-вторых, в названии заключен омофон глагола дуть, имеющего несколько значений: 1. веять, вызывать продолжительное движение воздуха. 2. пускать ртом струю воздуха. 3. спец. изготавливать дутьем. 4. разг. быстро идти. 5. перен. жарг. курить легкие наркотики. 6. перен. жарг. быстро пить алкоголь. 7. перен. жарг. дуть в уши, внушать. В-третьих, звуковой заставке передачи содержатся слова, конкретизирующие значение глагола дуть («Юрий будет дуть, дуть будет Юрий») — здесь проявляется людическая функция омофонов, т.е. использована языковая игра для привлечения внимания и создания оригинального названия блога.

Самопрезентация является одной из ключевых стратегий видеоблогера, осуществляемой в коммуникативном акте между ним и интервьюируемым. В процессе беседы журналист может рассказывать о личной и профессиональной жизни, а также о своих общественно-политических взглядах, тем самым формируя у аудитории определенный образ. Анализ самопрезентации в видеоблоге осуществляется в следующей последовательности: выделение коммуникативных тактик и аспектов раскрытия Я-темы; разделение формирующих их оценочных лексико-семантических единиц на общеоценочные и частнооценочные, определение направленности оценки в соответствии с классификацией Н. Д. Арутюновой; определение наличия или отсутствия взаимосвязи речевых тактик с социальным статусом собеседника, а также возможного соответствия с указанными выше тактиками презентации собеседника.

В интервью с актером и шоуменом Д. Нагиевым стратегия самопрезентации реализуется при помощи **тактики подчеркивания качественных показателей профессионализма**. Объектом «Я-темы» Ю. Дудя является его профессия. О своем самоощущении блогер говорит эксплицитно — при помощи личных местоимений первого лица единственного числа (я/меня/у меня):

У меня несколько планов: примерно 14 на это интервью.

В последнее время мой [график] тоже стал дико забитым. <...>. Я в воскресенье пережил, возможно, самое жесткое отравление в своей жизни. Не алкогольное. И трое суток я вообще не мог ничего сделать, и весь график полетел тазом. Я кайфую от всей нашей рекламы.

Рамки самопрезентации Ю. Дудя очерчивают эпитеты, фразеологизмы и разговорные слова, формирующие эмоциональную оценку. При оценке Дудем своей работы частотны частнооценочные лексемы, включающие в себя значение оценку со знаком минус *дико забитый [график]*, *жесткое [отравление]*, *полетел тазом [график]*, единична сленговая лексема с положительной коннотацией *кайфую [от нашей рекламы]*.

В беседе с Егором Кридом ключевой является **тактика кооперации со зрителем**, которая одновременно является **тактикой противопоставления по отношению к собеседнику**. Объектом «Я-темы» является ценностная категория денег. Блогер реализует ее эксплицитно. Помимо личных местоимений первого лица единственного (я) числа, блогер использует местоимения множественного чисел (*наш/наша*), что говорит об его намерении причислить себя к некой социальной группе:

Добро пожаловать в наш простой мир.

Я не думал, что о <...> народной марке «Адидас» ты знаешь.

А можешь перевести для людей, которые не в богатой тусовке?

Ты понимаешь, почему я пью не «Корону экстра» с лаймом, а крафт?

Категория денежного достатка оценивается блогером в эмоциональном аспекте. Юрий Дудь формирует ее при помощи частнооценочной лексики *простой [мир]*, *народная [марка]*, *[люди] не в богатой тусовке*, которая признается блогером как хорошее. Имплицитно понятно, что в противовес категории своего в языковом сознании блогера присутствует категория чужого. Так, частнооценочным является имя собственное «Корона экстра» — всемирно известный бренд пива, ему противопоставлен *крафт* (крафтовое пиво) — напиток, произведенный небольшими компаниями, который, как правило, пьют в небольших барах.

В интервью с кандидатом в президенты К. Собчак стратегия самопрезентации раскрывается через **тактику презентации общественно-политических взглядов**, которая в то же время является оправдательной тактикой, поскольку практически все реплики о себе даны в ответ на вопросы или критику гостя. Объектом «Я-темы» преимущественно являются общественно-политические и морально-нравственные взгляды ведущего, Дудь раскрывает их эксплицитно и имплицитно. Эксплицитно блогер говорит о своих общественно-политических взглядах — при помощи личных местоимений (я):

Есть люди, с которыми я бы не фотографировался.

Я бы не убежал, я бы тактично слился;

Я не в силах это поменять [политическую систему];

Эмоциональную оценку Ю. Дудь выражает преимущественно через несогласие с мнением К. Собчак о нем. Несмотря на отсутствие оценочной лексики, зритель может сделать вывод об осуществляемой ведущим оценке некоторых общественно-политических явлений: под *людьми, с которыми я бы не фотографировался* блогер подразумевает людей, чья гражданская позиция ему не близка, усиливая их неприятие просторечием *слиться*, то есть уйти, а с помощью предиката [быть] *не в силах* он акцентирует внимание на неповоротливости политической системы.

Имплицитно свои общественно-политические взгляды блогер выражает через оценку главы государства и родной страны:

Если Путин останется у власти еще на 6 лет — а это очевидно, что останется — это для страны трагедия или радость?

Д.: Допустим, тебе говорят после этих выборов: «Ксения, выбирай: либо шоу «Вечерняя Собчак» на Первом канале, либо пост генерального продюсера Первого канала вместо Константина Эрнста. Что ты выберешь?

С.: Ты реально себе представляешь такое?

Д.: Напомни, как называется страна, в которой мы живем?

С.: Россия.

Д.: В России возможно всё.

Рациональная оценка общественно-политических явлений формируется при помощи частнооценочных наречий *очевидно*, *невозможно* и частооценочной разговорной лексемы *косяк*. Оценка Дудя носит негативный характер: наречие *очевидно*, которым блогер характеризует возможное продление президентского срока В. В. Путина, характеризует его уверенность в этом и возможное недовольство деятельностью главы государства. Это подтверждается просторечием *косяки*, поиск которых блогер считает задачей конкурентов действующего главы государства на президентских выборах, а употребление просторечия вместе с эпитетом *серьезные* говорит о том, что блогер уверен в том, что в работе действующего президента есть значимые упущения.

Таким образом, в речевом портрете Ю. Дудя активно проявляется стратегия самопрезентации: она преимущественно мелиоративная и эксплицитная. Аспект раскрытия Я-темы обусловлен личностью собеседника. В беседе с актёром и шоуменом Д. Нагиевым, известным своей работоспособностью, блогер подчеркивает свой профессионализм, речевыми маркерами тактики подчеркивания качественных показателей профессионализма являются пейоративные эпитеты *дико забитый график*, *жесткое отравление* и идиома *график полетел тазом* (подчеркивание своей загруженности), мелиоративного предиката *кайфую от нашей рекламы* (подчеркивание удовольствия, получаемого от работы).

В интервью с кумиром молодежи, современным музыкантом Е. Кридом блогер отождествляет себя с аудиторией и противопоставляет себя герою выпуска через ценностный критерий финансового положения. Частнооценочные эпитеты *наш простой мир*, *народная марка Adidas* [показывает на свои кроссовки], *люди не в богатой тусовке* для Ю. Дудя приобретают значение хорошего.

В интервью с К. Собчак преобладают не прямые тактики самопрезентации (т.е. через оценку других объектов и явлений), целеустановкой Ю. Дудя является выражение своих общественно-политических взглядов: нежелания контактировать с людьми, неблизкими ему по политическим взглядам, выраженного в предикатах *я бы тактично слился; есть люди, с которыми я бы не*

фотографировался, неповоротливости политической системы я не в силах это поменять; если Путин останется у власти еще на 6 лет — а это очевидно, что останется, в России возможно всё, а также необходимости конкуренции на выборах Конкурировать [с президентом] не критикуя, не вскрывая каких-то его косяков, в том числе очень серьезных, невозможно.

II.2. Характеристика речевого портрета К. Собчак

II.2.1. Минимальные диалогические единицы интервью и языковое воплощение тем

Исследование речевого портрета К. Собчак предлагается начать с рассмотрения контактоустанавливающих речевых ходов, предпринимаемых интервьюером. Необходимо отметить отсутствие таких речевых ходов как приветствие (кроме интервью с Р. Литвиновой — *Рената, здрасти*) и прощание. В беседах с разностатусными собеседниками заметно отличающееся коммуникативное поведение ведущей, проявляющееся в речевом акте обращения: к Р. Литвиновой и А. Нечаеву К. Собчак обращается на *вы*, проявляя уважительное отношение, к С. Гнойному — на *ты* (*Слава*). Тематические переходы интервью маркируются вербально (*Тогда будем говорить о / Хочу поговорить про / Давайте про / Давай сменим тему / Давайте вернемся к*). Речь ведущей также может быть направлена на второго адресата, которым в видеоблоге-интервью является не только собеседник интервьюера, но и аудитория (*друзья / поясню для телезрителей / зрители наши, может быть, не знают, но я вас знаю очень давно*).

Также важно отметить тематические различия в лексическом наполнении речи ведущей. Так, в выпуске с актрисой и режиссером актуализирована лексика, объединенная темой «Киноиндустрия» (*фильм, 9 жизней Бунми, «Адвокат дьявола», продюсер, роль, «Груз 200», «Морфий», Кира Георгиевна [Муратова], продюсер, Канны, [Александр] Роднянский*). В беседе с современным исполнителем — лексика, объединенная темой «Музыка» (*клипы, попсовая культура, трэк, рэп-культура, баттл; альбом, хиты*), молодежный сленг (*рэпчик,*

качает, баттл, антихайп, трэшить, шняга) и обценная лексика. Интервью с председателем партии отличается преобладанием лексики общественно-политического содержания (*политики, выиграть выборы, партия, политическая программа, политконсультанты, политликбез, процент голосов, левая и правая повестка, лозунги, либерализм, популист, спойлер*).

Последующий анализ опубликованных на YouTube-канале «Осторожно: Собчак» интервью с актрисой и режиссером Ренатой Литвиновой, современным рэп-исполнителем и автором текстов Славой Гнойным, а также председателем партии «Новые люди», владельцем косметической компании Faberlic Алексеем Нечаевым базируется на выявлении общих и частных тем, актуализированных интервьюером, и проявляющих их МДЕ.

Индивидуальные темы, актуальные для интервью с разностатусными собеседниками, и типы МДЕ, инициируемых ведущей

Исследование семантического пространства интервью показывает схожую тематическую направленность выпусков с Р. Литвиновой и С. Гнойным, включающей темы «Личность», «Карьера» и «Личная жизнь». Далее приводятся примеры стартовых реплик ведущей внутри МДЕ.

1. «Личность». Типы МДЕ: выяснение отношения к предлагаемой социально-психологической роли, оценочные характеристики, объяснение мотивов поступков.

Из интервью с Р. Литвиновой:

Рената, начать я хотела бы с того, здрасти, вот вам нравится быть странной? Вам нравится, когда вас называют:<...> «Рената Литвинова — такая странная?».

Я, кстати, вас когда увидела впервые на марафоне у Наташи Водяновой, в спортивной форме. Это настолько не вы. Вы понимаете, что это разбивает ваш имидж? Вы вдруг марафонский бегун. С номером. Я думаю: «Господи, это же Рената Литвинова, это же руки, это же взгляды, это ломаные вот эти все... И тут вы, понимаете, спорт, ЗОЖ. Это же не про вас. <...> Почему вы не боитесь разрушать в последнее время этот образ дивы?»

Из интервью со С. Гнойным:

Судя по тому, как ты себя ведешь и что ты делаешь, то на самом деле ты, как настоящий поэт, должен быть таким человеком очень ранимым, очень трепетным, неуверенным <...>.

2. «Карьера». Типы МДЕ: оценочные характеристики, объяснение мотивов поступков

Из интервью с Р. Литвиновой:

Тогда будем говорить о фильме, который вы сейчас монтируете. Видимо, в этой монтажке. <...> Правильно ли я понимаю, что это будет та же история, что и ваш спектакль «Северный ветер»?

Из интервью со С. Гнойным:

У тебя 47 альбомов. Ежемесячно. Тебе не кажется, что такое количество... уже можно обвинить, знаешь, в графомании, что ты очень много [пишешь].

3. «Личная жизнь». Тип МДЕ: оценочные характеристики.

Из интервью с Р. Литвиновой:

Давайте про удивительных людей в вашей жизни?

Вы можете вспомнить, как вы с ним познакомились, и чем он вам симпатичен? И кто с ним больше дружит, вы или Земфира?

Из интервью со С. Гнойным:

Мне кажется, это уже большая у тебя история. В первый раз в жизни такой силы чувство?

Ты как-то сразу понял, что это твой человек, или это со временем?

Интервью с председателем партии А. Нечаевым обладает иной содержательной направленностью, поскольку включает темы «Политические амбиции», «Круг людей, поддерживающих партию», «Оценка государственных решений», «Оценка государственных решений», «Электорат». Их отличием от ранее рассмотренных интервью является актуализация не только МДЕ, сфокусированных на личности героя, но и МДЕ-выяснений отношения исходной позиции собеседника по отношению к ситуации, МДЕ-аргументаций и МДЕ-запросов положения дел.

МДЕ-аргументации:

Вы же наверняка читали, что вас, как и меня в свое время — мы в этом смысле с вами пережили эту беду оба — вас часто называют спойлером. Как вы с этим собираетесь бороться?

На ваш взгляд как решить эту проблему [повышения пенсионного возраста]?

Проблема же действительно, вот я разбиралась в этом, она не решаема.

Я, представьте себе, ничего не знаю о вашей партии, я даже об этом написала в «Телеграме». <...> Дальше, простите, я вижу все эти рожи. Это как в том анекдоте «Долго мы вас всех на этот корабль собирали». Вы позиционировали себя как партию новых людей. Дальше вы общественности на съезде предъявляете калашный ряд вот этот.

МДЕ-выяснение отношения исходной позиции собеседника по отношению к ситуации:

Вот я по себе просто помню, что на первой же пресс-конференции мне сразу все мои политконсультанты сказали: «Ксения, первое, что тебе надо сделать, надо ответить на вопрос про Крым». Вот, например, по этому вопросу есть позиция?

МДЕ-характеризации положения дел:

Вы будете бороться за этот вот хвост? <...> А голоса того протестного электората <...>, вот за этот электорат вы боретесь или нет?

Для беседы с А. Нечаевым также характерна тактика оппозиционирования, нацеленная на то, чтобы собеседник изменил свою точку зрения (*вам не кажется / вы правда считаете / неужели вы не понимаете*):

Вам не кажется, что вас поматросят и бросят с этой партии?

Вы правда считаете, что правых большинство?

Неужели вы не понимаете, что иметь левые взгляды в этой стране выгоднее.

Примечательны две индивидуальные темы, актуализированные в материале исследования: «Близкое окружение интервьюируемого» и «Границы допустимого в профессии гостя». В языковом воплощении темы «Близкое окружение интервьюируемого» заметно стремление ведущей узнать нюансы взаимоотношений героя с близким человеком:

Из интервью с Р. Литвиновой:

Для меня, если честно, ваша дружба [с Земфирой] и такое партнерство удивительное — для меня это огромная загадка. Скажу почему. Ни для кого не секрет, что Земфира как любой творческий и, не побоюсь этого слова, гениальный человек, человек сложный. Так в том-то и дело. Мне кажется, рядом с гением должен быть человек такой, знаете, тихий, простой, поддерживающий гения. А вы сами по себе большая творческая единица. И как вот энергия Земфиры [с этим сочетается]? Мы все знаем, что она и с характером, и по-разному может реагировать эмоционально на какие-то вещи. И вы вот это всё терпите. Это сложно всё. Вы же сами по себе творческая.

Из интервью со С. Гнойным:

Твоя же девушка, Саша, она прям такая активная феминистка. Смотри, она тебя заставила, ты ешь теперь бобы какие-то. Мне просто интересно, как можно главного кровавого рэпера, Славу Гнойного, убедить не есть мясо? Баттл-рэпер Гнойный, Слава Гнойный — вегетарианец — это звучит как оксюморон, это невозможно.

Она тебя прямо так сильно меняет. Мясо перестал есть. Отказался от кожаных вещей. Курить [наркотики] — ты теперь уже два месяца не куришь. Что, сидите дома, вдвоем, читаете книги?

Тема **«Границы допустимого в профессии»** раскрывается при помощи направленного стимула, подразумевающего альтернативу:

Из интервью с Р. Литвиновой:

Например, для меня стало шоком, я узнала, что вы отказались сниматься у вашего любимого режиссера Алексея Балабанова в фильме «Груз 200» и в фильме «Морфий», куда он вас звал. Почему? Как, объясните мне. Это ваш любимейший режиссер, гений. Предлагает вам сняться в этом фильме. Почему? <...> И вам не понравилось, что это какая-то нагота будет?

Художник может сотрудничать с властью, вы как считаете?

Из интервью со С. Гнойным:

Ты считаешь, что никаких границ в принципе нет? Что ты можешь сказать вообще всё что угодно, в дисе, в баттле?

Из интервью с А. Нечаевым:

К вам кто-то щас придет из «Единой России», захочет в партии с вами быть, крупной фигурой, вы возьмете?

Общие темы интервью и речевые средства, их воплощающие

Необходимо отметить интерес Ксении Собчак к гражданской позиции своих гостей, поскольку общей для всех выпусков является тема **«Отношение к государственной политике и властным структурам»**. Ее языковая репрезентация выражена в следующих типах речевых средств:

- ссылка на слова собеседника (ранее высказанное отношение к политике) + запрос объяснения (Почему?)

Из интервью с Р. Литвиновой:

Вы в одном из интервью Быкову сказали, что политики — это самая низменная профессия. Почему вы так считаете?

- личная оценка принятия государственных решений + запрос поведенческой реакции (как может поступить/поступил бы собеседник)

Из интервью со С. Гнойным:

Когда ты видишь, какие законы принимаются, когда ты видишь, что эти люди учат своих детей за границей, имеют замки, носят супердорогие часы, при этом продают народу определенную шнягу, тебе не хочется что-то об этом сказать? <...> Кстати, рэп тоже стал таким жестким, таким оппозиционным — это потому, что люди тоже чувствуют эту несправедливость. Я тебя пытаюсь на это вдохновить, <...>, станешь певцом какой-то социальной справедливости.

Из интервью с А. Нечаевым:

Задам еще один вопрос <...>, все напишут: «Собчак опять пристает с любимым вопросом», а потому что он сразу делит как бы черное и белое. Вот я по себе просто помню, что на первой же пресс-конференции мне сразу все мои политконсультанты сказали: «Ксения, первое, что тебе надо сделать, надо ответить на вопрос про Крым» [вставка видео, где К. Собчак говорит, что с

точки зрения международного права Крым украинский]. Вот, например, по этому вопросу есть позиция? <...> То есть его бы действовали иначе тогда, в 14-м? Такой же сложный вопрос по пенсионной реформе. <...> Проблема же действительно, вот я разбиралась в этом, она не решаема. Люди стали меньше рожать, и не может один работающий человек прокормить четырех пенсионеров. Это невозможно. Математика как бы не сходится. Демографическая яма. И единственное вынужденное решение — это не только в России, это и в европейских странах. Вот как вы бы решили, находясь у власти, эту проблему?

В разговоре о политике К. Собчак идет от личной пресуппозиционной оценки к запросу поведенческой реакции, содержащей альтернативу (*тебе не хочется что-то об этом сказать?; То есть вы бы действовали иначе?*). При помощи альтернативных вопросов ведущая вынуждает собеседника согласиться или не согласиться, то есть принять одну из взаимоисключающих позиций.

Второй темой, актуализированной К. Собчак, является **финансовое благополучие** гостя программы. Она раскрывается в МДЕ-характеризации финансового положения, состоящей из двух типов связанных реплик-стимулов: оценки материальных проявлений финансового положения гостя / финансовой результативности его деятельности и запроса его прибыли / гонорара:

Из интервью с Р. Литвиновой:

И вы, кстати, сегодня очень удачно оделись для того, чтобы поговорить про гонорар. Рената, зрители наши, может быть, не знают, но я вас знаю очень давно. И я восхищаюсь. Колготки «Баленсиага», я знаю, скока они стоят — долларов 300. Евро 200 с чем-то. Я давно слежу за тем, что у вас всегда очень дорогие украшения. Это что за камень? Параиба. Самый дорогой. Камень должен стоить тысяч 30 долларов. У вас здесь на руках тысяч на 200 долларов. На вас всегда очень дорогие украшения. Откуда у вас столько денег?

Из интервью с А. Нечаевым:

К. Собчак: *Я правильно понимаю, что вы миллиардер, человек с выручкой под 30 ярдов в определенные годы, живете в *****, простите. Это очень далеко для*

человека с такими возможностями. И дом, честно говоря... Это хороший дом. Не хочу вас обидеть.

А. Нечаев: Деревянный.

К. Собчак: Вы шутите? Какая у вас прибыль? Вы идете в политику, уже можете говорить правду. Какая у вас прибыль в год?

А. Нечаев: 3 миллиарда рублей.

К. Собчак: 3 миллиарда рублей. При прибыли в 3 млрд вы живете на 30 сотках на Калужском, ***** шоссе, простите. <...> Почему не на Рублевке, почему не на Новой Риге?

Вопросу о деньгах предшествует оценка материальных проявлений финансового благополучия. У Р. Литвиновой это украшения (дорогой камень параиба) и одежда (брендовые колготки), не соответствующие ее творческим успехам. У А. Нечаева это дом, который также не соответствует прибыли бизнесмена, но уже с другой стороны: дом находится далеко от Москвы, он деревянный, в то время как выручка Faberlic составляет 30 млрд в год. Таким образом, внутри реплик-стимулов К. Собчак устанавливается связь обусловленности между финансовой успешностью гостя и ее материальным воплощением.

Речевое воздействие в выпусках К. Собчак

Помимо исследования семантического пространства выпусков шоу «Осторожно: Собчак», для моделирования речевого портрета ведущей необходимо исследовать речевоздействующий потенциал ее реплик. Интервью с разностатусными собеседниками показывает различные приемы, актуализированные К. Собчак.

Таблица 3. Классификация приемов речевого воздействия К. Собчак

Гость	актриса и режиссер Р. Литвинова	современный музыкант С. Гнойный	председатель партии А. Нечаев
Прием			

Гость Прием	актриса и режиссер Р. Литвинова	современный музыкант С. Гнойный	председатель партии А. Нечаев
апелляция ко мнению других людей	<p><i>Вот вам нравится быть странной? Вам нравится, когда вас называют: «Вот Рената Литвинова — такая странная?».</i></p>	<p><i>Меня, все убеждали, что не надо у тебя брать интервью. Что Слава КПСС вообще никому не интересен уже давно. И что это в принципе уже такая не тема.</i></p>	<p><i>Сергей Пархоменко: «Мда, законы рынка неумолимы, и этим когда-нибудь должно было кончиться. Мадам Симоньян теперь торгует своими [сотрудниками] оптом. Как редиску завязывает их в пучки. Так они поживее уходят. За копейки, в сущности». <...> Сергей Пархоменко... я не его фанат. Но тут он прав.</i></p>
	<p><i>Олег Кашин: «Земфира, наверное, понимает, что без дружбы с Сурковыми она никто, она уже не голос современности, да и публику свою она ненавидит, и та ушла к другим. Но отсутствие публики она компенсирует дружбой с Сурковым, Эрнстом и подругами его жены». Что бы вы могли ответить Олегу Кашину?»</i></p>	<p>—</p>	<p><i>Вы же наверняка читали, что вас, как и меня в свое время [на президентских выборах 2018 года] — мы в этом смысле с вами пережили эту беду оба — вас часто называют спойлером.</i></p>
проведение параллелей	<p><i>Слушайте, у вас не должно быть кошечки. Это же как в том анекдоте, что за каждого мужчину, которому отказываешь, в старости у тебя обязательно будет кошечка. У вас же еще не старость. У вас не может быть кошечки.</i></p>	<p><i>У тебя 47 альбомов. Ежемесячно. Тебе не кажется, что такое количество... уже можно обвинить, знаешь, в графомании, что ты очень много [пишешь]. — Понимаешь, вот Оксимирон. Он немножко. Это коротко. Интервью не дает. Все ждут,</i></p>	<p><i>Но в чем лучше был Миша Прохоров — это с той подборкой, с которой он ассоциировался. Алла Пугачева. Блин. Об этом любой мечтает. Пугачева поддержала Прохорова. Ярмольник. Классный актер. Макаревич. И Давайте в этом смысле сравним. У вас, понимаете, Каноненко, Минаев, Красовский и Лена Летучая. Блин.</i></p>

Гость Прием	актриса и режиссер Р. Литвинова	современный музыкант С. Гнойный	председатель партии А. Нечаев
		<i>когда... может, это правильная система?</i>	
объединение нескольких вопросов в один / повтор вопроса	<i>Например, для меня стало шоком, я узнала, что вы отказались сниматься у вашего любимого режиссера Алексея Балабанова в фильме «Груз 200» и в фильме «Морфий», куда он вас звал. Почему? Как, объясните мне. <...> Почему? Можете мне рассказать?</i>	<i>Что вот ты будешь делать? К Амирану будешь ходить? По шоу по разным? Давать интервью? Устраиваться на разных телеканалах, баттлы на деньги будешь делать? Вот что ты будешь делать?</i>	<i>Сколько у вас прибыль годовая? Вы идете в политику, уже можете говорить правду. Какая у вас прибыль в год?</i>
личная оценка	<i>А у вас есть такая вредность? Кажется, есть немножко. Вред — настоять на чем-то или упереться. Вы такой человек, который может настоять.</i>	<i>Мне кажется, ты человек такой вот постоянной постиронии, что это бессмысленно. Этого я очень боюсь.</i>	<i>Я, представьте себе, ничего не знаю о вашей партии, я даже об этом написала в «Телеграме» Я открываю — Нечаев, бизнес — всё нормально, позитивная реакция. И дальше, простите, я вижу все эти рожи.</i>
	<i>У вас же был один муж очень обеспеченный, насколько я знаю. Другой был абсолютный такой художник, я имею в виду Антипова. Это два совершенно разных мужчины.</i>	<i>Судя по тому, как ты себя ведешь и что ты делаешь, то на самом деле ты как настоящий поэт должен быть таким человеком очень ранимым, очень трепетным, неуверенным, как любой поэт.</i>	<i>Всё то, на чем так удачно сейчас паразитируют коммунисты и собирают прекрасный процент голосов, притом что понятно, что они согласованная партия.</i>

Завершая анализ минимальных диалогических единств и тем интервью, необходимо подчеркнуть, что К. Собчак успешно выстраивает драматургию выпуска, проводя интервью в личном или рабочем пространстве гостя (с Р.

Литвиновой в киностудии, со С. Гнойным — в «Сапсане» и квартире его друзей, с А. Нечаевым — в штабе партии и на заводе Faberlic.

Обобщая анализ тем интервью и МДЕ, инициируемых ведущей, становится возможным выделить особенности речевого портрета К. Собчак. Так, речь интервьюера характеризуется отсутствием контактоустанавливающих актов приветствия (кроме выпуска с Р. Литвиновой) и прощания, наличием этикетного обращения к Р. Литвиновой (*вы / Рената*) и А. Нечаеву (*вы / Алексей*) и неформального обращения к С. Гнойному (*ты / Слава*), маркированностью смены тем (*тогда будем говорить о / хочу поговорить про / давайте про / давай сменим тему / давайте вернемся к*), низкой адресованностью речи по отношению к зрителю (*друзья / поясню для телезрителей / зрители наши, может быть, не знают*).

Кроме того, темы интервью зависят от профессии собеседника: в выпусках с актрисой Р. Литвиновой и современным исполнителем С. Гнойным актуализированы темы «Личность», «Профессия», «Личная жизнь», способами инициирования темы, воплощенных в минимальных диалогических единицах, являются выяснение отношения к предлагаемой социально-психологической роли, оценочные характеристики, объяснение мотивов поступков, характерные для интервью с собеседниками-личностями. Семантическое пространство интервью с председателем партии А. Нечаевым, в свою очередь, образовано темами «Политический имидж», «Политические амбиции», «Оценка государственных решений» и «Электорат», которые включают МДЕ-характеристики положения дел и МДЕ-аргументации, характерные для интервью с собеседниками-профессионалами. При исследовании коммуникативно-прагматического пространства диалога были отмечены такие приемы речевого воздействия как апелляция ко мнению других людей, проведение сравнительных параллелей, объединение нескольких вопросов в один / повтор вопроса.

Вариативность речевого портрета К. Собчак также подтверждают индивидуальные лексические особенности, обнаруженные в каждом интервью: в беседе с актрисой преобладает лексика сферы «Киноиндустрия», в беседе с

современным музыкантом — лексика сферы «Музыка», а также сленг и обценная лексика, в беседе с кандидатом в президенты — лексика общественно-политического содержания.

Кроме того, К. Собчак актуализирует подтемы «Близкое окружение интервьюируемого», в которых интересуется личными взаимоотношениями героя, скрытыми от общественности, а также «Границы допустимого в профессии», в языковой реализации которого примечательны альтернативные вопросы, подразумевающие однозначный ответ.

Заметен интерес ведущей к гражданской позиции своих гостей, вопросу о которой предшествует ссылка на ранее сказанные собеседником слова, требующие объяснения, или личная оценка К. Собчак. Ведущая подчеркивает возможность героев выпуска влиять на политическую обстановку в стране, запрашивая поведенческую реакцию: С. Гнойного как кумира молодежи и А. Нечаева как потенциального члена Госдумы, которому, возможно, предстоит принимать непростые политические решения. Также интервьюер интересуется заработком своих гостей, чему предшествует оценка материального проявления финансового благополучия.

Еще одной особенностью выпусков К. Собчак являются разные типы речевого поведения коммуникантов: доминирование интервьюируемого (А. Нечаев), смену роли интервьюера и интервьюируемого (Р. Литвинова) и равноправное распределение инициативы (С. Гнойный), что характеризует ведущую как журналиста, умеющего подстраиваться под собеседника.

II.2.2. Речевые тактики создания образа собеседника

Анализ речевых тактик презентации собеседника в интервью видеоблогера К. Собчак проводится при помощи последовательного раскрытия следующих критериев: выделение элементов лингвистической категории «характеристика человека» и оценочных лексико-семантических единиц, которые их формируют; разделение ЛСЕ на общеоценочные и частнооценочные, определение типологии частнооценочных значений в соответствии с классификацией Н. Д. Арутюновой;

выявление на основе ОЛСЕ коммуникативных тактик с опорой на классификацию Н. Б. Руженцевой и их типического языкового воплощения.

Интервью с актрисой и режиссером Р. Литвиновой

Приступая к изучению этого компонента речевого портрета К. Собчак, необходимо отметить актуализацию ведущей необычности, неординарности своих гостей. Так, это заметно в интервью с актрисой и режиссёром Р. Литвиновой, при оценке которой ключевым аспектом является образ собеседницы, подвергаемый детальному исследованию интервьюера. К. Собчак оценивает публичный имидж гостя, охарактеризованный в эпитетах и противопоставлениях:

Вот вам нравится быть странной? Вам нравится, когда вас называют: «Вот Рената Литвинова — такая странная?». <...> Это на уровне не такой, как все. <...>. Это отсутствие нормы.

Оценка образа собеседницы осуществляется на основе частной нормативной оценки, в дальнейшем усиленной указательным местоимением такая странная. Ведущая акцентирует внимание на необычности гостя, противопоставляя ее другим людям.

По словам К. Собчак, этот образ гостя не всегда поддерживает, что проявляется в характеристике ее частной жизни, которая не соответствует образу героини, и охарактеризована при помощи иронии:

Я, кстати, вас когда увидела впервые на марафоне у Наташи Водяновой в спортивной форме. Это настолько не вы. Вы понимаете, что это разбивает ваш имидж? Вы вдруг марафонский бегун. С номером. Я думаю: «Господи, это же Рената Литвинова, это же руки, это же взгляды, это ломаные вот эти все... И тут вы, понимаете, спорт, ЗОЖ. Это же не про вас.

То есть сидите, богиня, Рената Литвинова, рядом какой-то чиновник.

С одной стороны, в речевом портрете К. Собчак фигурирует частная мелиоративная эстетическая оценка богиня; это же руки, это же взгляды, это ломаные вот эти все. В то же время мелиоративная оценка имиджа актрисы

противопоставляется бытовой ситуации в спортивной форме — настолько не вы и другим людям богиня — рядом какой-то чиновник.

Необычность героини подкрепляется оценкой ее творческих успехов и личностных черт:

Мне кажется, рядом с гением должен быть человек такой, знаете, тихий, простой, поддерживающий гения. А вы сами по себе большая творческая единица. И как вот энергия Земфиры [с этим сочетается]? Мы все знаем, что она и с характером, и по-разному может реагировать эмоционально на какие-то вещи. И вы вот это всё терпите. Это сложно всё. Вы же сами по себе творческая.

На основе частной интеллектуально-психологической оценки *большая творческая единица* ведущая делает вывод о том, что Р. Литвинова не соответствует образу человека, который может находиться в близких взаимоотношениях с гением Земфирой — Литвинова *не тихий, не простой человек, который просто поддерживает гения* — но отмечает, что в силу *сложности* характера Земфиры Рената подстраивается под нее.

Помимо характеристики образа гостыи в медиаполе и ее творческих способностей, К. Собчак при помощи эпитетов, а также стоимости украшений оценивает внешность и стиль гостыи передачи:

Вы же ходили много лет [в стиле Коко Шанель], вам очень шло. Штас все говорят, что вот эта новая мода не очень красит фигуру. У вас хорошая фигура. <...> Вы штас очень красивая и стройная.

И вы, кстати, сегодня очень удачно оделись для того, чтобы поговорить про гонорар. <...> Колготки «Баленсига», я знаю, скока они стоят — долларов 300. Евро 200 с чем-то. Я давно слежу за тем, что у вас всегда очень дорогие украшения. Это что за камень? Параиба. <...> Камень должен стоять тысяч 30 долларов.

При оценке внешности и стиля героини используется частная эстетическая мелиоративная оценка, усиленная упоминанием брендов и стоимости вещей. Ведущая подчеркивает высокий уровень жизни собеседницы, а ее компетентность

в этом вопросе говорит о том, что финансовое положение коммуникантов схоже, что нивелирует бестактность оценки.

Итак, в беседе с Р. Литвиновой ключевой является **тактика развертывания образа**, складывающейся преимущественно из эстетических (*удачно оделись, хорошая фигура, вы щас очень красивая и стройная*), интеллектуально-психологических (*большая творческая единица*) и нормативных (*странная, такая странная*) ОЛСЕ.

Интервью с молодым музыкантом и автором текстов С. Гнойным

Многосторонняя оценка личности гостя, актуальная для беседы с Р. Литвиновой, заметна и в интервью с молодым музыкантом и автором текстов С. Гнойным. Так, оценке подлежит популярность гостя:

Скажи, а у тебя узнают вообще в таком виде [в эконо-классе «Сапсана»]? <...> Слав, ну нормально. Медийность пока вялая, но уже есть.

Чем дальше мы идем, чем дороже класс поезда, тем меньше тебя знают, Слав.

Оценка выстроена на основе иронии *медийность пока вялая, но уже есть; чем дороже класс поезда, тем меньше тебя знают, Слав*. Это частная телеологическая номинация, направленная на характеристику медийной успешности гостя, которую ведущая оценивает как нерезультативную, проводя параллель между узнаваемостью интервьюируемого и финансовым положением его слушателей.

Ирония, а точнее постирония, становится ключевым понятием и при оценке личности гостя, характеристика которого выстраивается на основе сравнения с великими поэтами:

Ну что, друзья, поезд Москва-Петербург, я, вот в таком вот виде, иду забирать из недр эконо-класса Славу КПСС — «проклятого поэта», практически Артюра Рембо и Поля Верлена в одном лице.

Мне кажется, ты человек такой вот постоянной постиронии, что это бессмысленно. Этого я очень боюсь. Давай просто расслабимся с тобой, посмотрим клипы, послушаем рэпчик, выпьем, да. Нормально же?

Ты побеждаешь в главном баттле страны, который показывают на федеральных каналах. Канал «Культура» делает сюжет о том, как поэтесса рэпа перешла, как вот практически новый Есенин. И вдруг ты, вместо того чтобы сидеть на этом троне и пожинать плоды случившегося с тобой, идешь к Филиппу Киркорову? Это и есть настоящий антихайп?

Ты такой очевидный интеллектуал. Очень интересный. Для меня абсолютно такой русский Артю́р Рембо <...>.

Есть такое общепринятое мнение по поводу тебя, что да, ты записываешь очень много альбомов, ты очень много всего делаешь. Это, конечно, всё классно, но это не является главным твоим оружием. Что ты крут в ненависти. Когда ты кого-то очень круто и по делу *****, диссы, рэп-баттлы — вот тогда это работает.

Судя по тому, как ты себя ведешь и что ты делаешь, то на самом деле ты как настоящий поэт должен быть таким человеком очень ранимым, очень трепетным, неуверенным, как любой поэт.

Интеллектуально-психологическая оценка гостя человек *постиронии*, интересный, очевидный интеллект уал усиливается сравнением с классиками практически как новый Есенин; русский Артю́р Рембо, «проклятый поэт» Поль Верлен. Здесь несколько уровней характеристики: герой выпуска талантлив как Есенин, является интеллект уалом как Артур Рембо, которым, по его собственному признанию, двигала ненависть, а также похож на Поля Верлена, чье творчество было не принято обществом. Сильное чувство непринятия, по мнению К. Собчак, является двигателем творчества Славы КПСС — *ты крут в ненависти*. Вместе с тем, К. Собчак говорит об искусственности этой маски, за которой скрывается *ранимый, трепетный, неуверенный в себе человек*.

Еще одним объектом характеристики С. Гнойного является его личная жизнь, при оценке которой ведущая усиливает противопоставление медийного образа и реальности:

Я каждый раз когда смотрю, думаю: «Господи, вот этот Слава КПСС, который везде в своей маске, везде у него пост-пост-пост ирония, а тут он вот человек. Вот он своей девушкой. Любит ее.. влюбленный же?».

Твоя же девушка, Саша, она прям такая активная феминистка. Смотри, она тебя заставила, ты ешь теперь бобы какие-то. Мне просто интересно, как можно главного кровавого рэпера, Славу Гнойного, убедить не есть мясо? Баттл-рэпер Гнойный, Слава Гнойный вегетарианец — это звучит как оксюморон, это невозможно.

Здесь применена интеллектуально-психологическая оценка, направленная на противопоставление медийного образа героя и его частной жизни.

Вместе с тем, К. Собчак оценивает деятельность С. Гнойного с позиции успеха, в том числе финансового:

Слав, я тебе честно скажу, для меня это первый такой опыт в жизни, чтобы я платила мужчине за общение с ним. Поэтому обещанное. Можешь пересчитать. Всё как договаривались. 250 [тысяч]. На тебя не жалко.

Смотри, а чем ты собираешься заниматься? Баттлы превратились в пародию, благодаря тебе во многом. И у тебя не выстреливают твои миллионы.

Но при этом все говорят, что ты перевернутая страница.

*На самом деле всё, что ты делаешь — это *****, потому что это забудется через очень короткое время, потому что в России вообще нет института репутации <...>.*

Это частная телеологическая оценка, направленная на успешность героя. Ведущая представляет его как меркантильного героя, за общение с которым она платит деньги. Будущее героя видится ведущей в негативном свете, К. Собчак делает акцент на мимолетности славы современных звезд.

На основе анализа ОЛСЕ можно выделить коммуникативные тактики, используемые ведущей при формировании образа С. Гнойного. Ведущей является **тактика восстановления целостного Я-образа**, внутри которой можно выделить **сопоставительную комплиментарную тактику**, сформированную интеллектуально-психологическими (*очевидный интеллектуал, проклятый поэт*

Поль Верлен, Артюр Рембо, практически новый Есенин) и этическими ЛСЕ (питаться ненавистью, негативом), тактику создания антиимиджевого образа (везде в маске — влюбленный, влюбленный; главный кровавый рэпер — не ест мясо) и дискредитацию посредством иронии, в которой К. Собчак осуществляет пейоративную телеологическую оценку известности гостя и ее перспектив (медийность пока вялая, перевернутая страница, всё, что ты делаешь — это ****, забудется).

Интервью с председателем партии «Новые люди» А. Нечаевым

В беседе с лидером партии «Новые люди» А. Нечаевым заметна иная тенденция — оценка героя через его политические мотивы. Так, К. Собчак оценивает шансы партии собеседника победу в выборах в региональный парламент:

Пока есть ощущение, что как-то у вас пока дует попутный ветер. Потому что Минюст зарегистрировал без проблем, репортажи про вас тоже были достаточно комплиментарные по федеральным каналам. Я сравниваю, например, как про «Парнас» говорили и про вас.

С.: Думаете, где-то пройдете фильтр, хотя бы в одном месте?

Н.: Думаю, во всех четырех, Ксения.

С.: Не унижайте мой интеллект.

Н.: Во всех четырех.

С.: Да вы шутите, какой в четырех.

Многие щас пишут, что партия-мотылек, что их щас используют, помазуют и бросят. Вот вы не боитесь такой участи, что щас даже условно на вас закрыли глаза: пусть что-то строят или договорились — неважно. А дальше, как только перестанете быть нужным, предвыборный цикл пройдет, Госдуму сформируют — всё уже, никому эта партия не будет нужна.

В оценке успешности избирательной кампании содержится частная телеологическая оценка по параметру эффективности. С позиции хода избирательной кампании ведущая комплиментарно оценивает шансы партии «Новые люди» на победу, однако в личную оценку включена ирония *не*

унижайте мой интеллект, метафора партия-мотылек, намекающая на недолгое функционирование партии, фразеологизм поматросят и бросят.

Другим объектом оценки становятся участники съезда партии «Новые люди», то есть люди, предположительно поддерживающие Нечаева, политический образ которых К. Собчак формирует при помощи иронии и сравнения:

Это как в том анекдоте «Долго мы вас всех на этот корабль собирали». <...> У вас же есть политконсультанты. Зачем вам сразу мараться с такими людьми? Вы позиционировали себя как партию новых людей. Дальше вы общественности на съезде предъявляете калашный ряд вот этот.

Вот Максим Каноненко — это человек, который про «матерей Беслана» сказал: «Вместо того, чтобы год заниматься поиском виновных в гибели своих детей, лучше бы родили новых детей». Сказал Каноненко. Зачем его после этого вообще куда-то звать? Вы понимаете, что эти люди стали ассоциироваться с вашим новым начинанием?

Но в чем лучше был [кандидат в президенты 2012 г.] Миша Прохоров — это <...> той подборкой, с которой он ассоциировался. Алла Пугачева. Блин. Об этом любой мечтает. Пугачева поддержала Прохорова. Ярмольник. Классный актер. Макаревич. И давайте в этом смысле сравним. У вас, понимаете, Каноненко, Минаев, Красовский и Лена Летучая. Блин.

Оценка политических соратников Нечаева — телеологическая. За образец берется негласный стандарт — необходимость поддержки людей с хорошей репутацией. В противовес им К. Собчак ставит участников съезда Нечаева, названную эллиптическим фразеологизмом *калашный ряд* (свиным рылом в калашный ряд), подразумевающим то, что эти люди не создают благоприятный политический имидж лидеру партии. Оскорбительный характер оценки проявляется в жаргоне *я вижу эти рожи*, просторечии *мараться с этими людьми*, анекдоте *долго мы вас всех на этот корабль собирали*, героями которого в оригинале становятся люди, совершающие безнравственные поступки. Таким

образом К. Собчак формирует отталкивающий образ возможных политических соратников Нечаева, на начинание которого падает тень от их репутации.

Также К. Собчак оценивает политические мотивы собеседника:

Вы вот все-таки действительно не правый и не левый, вы популист.

Вы же наверняка читали, что вас, как и меня в свое время [на президентских выборах 2018 года] — мы в этом смысле с вами пережили эту беду оба — вас часто называют спойлером.

Вы, человек, столько лет который работал в поле и знает страну как бизнесмен изнутри, почему вы решили идти в сторону именно правой партии? Неужели вы не понимаете, что иметь левые взгляды в этой стране выгоднее.

Оценка мотивов собеседника — частная телеологическая. В ней использована общественно-политическая лексика: сленг *спойлер* (кандидат, который не имеет шансов победить на выборах, но оттягивает на себя часть голосов другого кандидата), классификация политических позиций на *левых* и *правых*, *популист* (апеллирующий к широким массам и обещающий им скорое и легкое решение острых социальных проблем). К. Собчак намекает на непопулярность выбранных Нечаевым взглядов, их возможную неискренность и ангажированность.

Кроме того, присутствует оценка финансового положения гостя:

*Я правильно понимаю, что вы, миллиардер, человек с выручкой под 30 ярдов в определенные годы, живете в *****, простите. Это очень далеко для человека с такими возможностями. <...> Вы щас можете купить себе дом за две недели.*

Здесь заметны два направления оценки. Во-первых, оценка финансового положения гостя *миллиардер, человек с такими возможностями*, усиленная жаргоном *ярды*. Во-вторых, это оценка дома Нечаева, который не соответствует достатку гостя, выраженная обценной лексикой *живете в *****. Это рациональная нормативная оценка, основанием которой служит адекватность имеющимся средствам и возможностям. Ее функция состоит в сравнении оцениваемого явления — дома гостя — со средним положением вещей, а именно с местом жительства успешных предпринимателей. Таким образом, в речевом

поведении Собчак фигурирует причинно-следственная связь между достатком и уровнем жизни, который можно обеспечить себе благодаря зарплате.

Следует обозначить, какие тактики формируют выделенные оценочные лексико-семантические единицы. Оценивая телеологическую эффективность действий А. Нечаева, К. Собчак называет его партию *партией-мотыльком*, которую *помазывают и бросают*, а самого лидера движения — *спойлером и популистом*, что является **тактикой доказательного умаления авторитета и наклеивания ярлыков**. Оценка шансов партии «Новые люди» на победу в выборах в региональные параметры усилена иронией *Не унижайте мой интеллект* (= вы не сможете победить во всех регионах, в которых баллотируетесь). Эта тактика раскрывается в **тактике создания дискредитирующих контекстов**, в рамках которой Ксения Собчак в ироничной манере формирует образы политических соратников Нечаева, апеллируя к чувству презрения, формируемому благодаря жаргону *я вижу эти рожи*, эллиптическому фразеологизму *калашный ряд*, просторечию *мараться с такими людьми*, а также в **сопоставительной тактике**, где Собчак сравнивает сторонников Нечаева со поддерживающими М. Прохорова людьми с положительной репутацией. Ставя под сомнение искренность мотивов собеседника, ведущая вынуждает его быть более откровенным и отстаивать свою позицию.

Таблица 4. Оценочные лексико-семантические единицы в стратегии презентации собеседника, формируемой К. Собчак

Критерий	ОЛСЕ	Аксиологическая интерпретация	Наличие / отсутствие эмотивного компонента	Типология оценочного значения
Гость				
Р. Литвинова	<i>странная / такая странная / не такая, как все / это отсутствие нормы</i>	мелиоративная	эмоционально-рациональная	нормативная

Критерий Гость	ОЛСЕ	Аксиологическая интерпретация	Наличие / отсутствие эмотивного компонента	Типология оценочного значения
	<i>большая творческая единица</i>	мелиоративная	рациональная	интеллектуально- психологическая
	<i>вы сегодня очень красиво оделись / красивая и стройная / у вас хорошая фигура</i>	мелиоративная	эмоциональная	эстетическая
С. Гнойный	<i>медийность пока вялая, но уже есть / чем дороже класс поезда, тем меньше тебя знают / перевернутая страница / всё, что ты делаешь, забудется через короткое время / баттлы превратились в пародию благодаря тебе во многом</i>	пейоративная	рациональная	телеологическая
	<i>«проклятый поэт», практически Артю Рембо и Поль Верлен в одном лице / практически новый Есенин / человек постоянной постиронии / очевидный интеллектуал / крут в ненависти / ранимый, трепетный, неуверенный в себе</i>	мелиоративная	эмоционально- рациональная	интеллектуально- психологическая
А. Нечаев	<i>партия-мотылек / поматросят и бросят вас с этой партией / никому эта партия не будет нужна / дальше вы общественности предъявляете калашный ряд вот этот / популист / вас частно называют спойлером</i>	пейоративная	рациональная	телеологическая

Критерий Гость	ОЛСЕ	Аксиологическая интерпретация	Наличие / отсутствие эмотивного компонента	Типология оценочного значения
	<i>партии дует попутный ветер / Минюст зарегистрировал без проблем, репортажи про вас тоже были достаточно комплиментарные по федеральным каналам</i>	мелиоративная	рациональная	телеологическая
	<i>миллиардер, человек с выручкой под 30 ярдов в определенные годы, живете в *****</i>	пейоративная	эмоциональная	нормативная

Анализ коммуникативных тактик позволяет дополнить речевой портрет К. Собчак следующими характеристиками. В тактиках презентации собеседника ведущей преобладает рациональная телеологическая и интеллектуально-психологическая оценка. Ведущая одобряет необычных собеседников, что воплощается в комплиментарной тактике. Кроме того, в речевом портрете ведущей значима оценка финансового положения гостя, которая проявляется в оценке вещей, которыми он владеет.

Общая направленность коммуникативных тактик в речевом портрете К. Собчак зависит от личности собеседника: в беседе с Р. Литвиновой ведущей становится тактика развертывания Я-образа, направленная на представление собеседницы не только как медийного персонажа, но и как обычного человека. В выпуске со С. Гнойным ключевой является тактика восстановления целостного Я-образа: рэпер представлен сначала как антагонист, а потом как влюбленный человек, защитник животных, ранимый и трепетный. Для интервью с главой партии «Новые люди» А. Нечаева актуальна тактика доказательного умаления авторитета, провоцирующая собеседника обосновывать искренность своих политических намерений. Дискредитирующие тактики в речевом портрете ведущей являются эпизодическими и могут быть обусловлены актуальностью обсуждаемого.

II.2.3. Речевые тактики самопрезентации К. Собчак

Важным аспектом самопрезентации ведущей является название шоу — «Осторожно: Собчак», на заставке которого изображена агрессивная собака. Наименование передачи, дополненное ярким невербальным символом, отражает несколько значений. Во-первых, оно содержит фамилию ведущей, индивидуализируя видеоблог. Во-вторых, наречие «осторожно» говорит о возможной опасности, грозящей гостям передачи. В названии передачи и ее эмблеме задаются провокативность и эпатаж. Необходимо проверить, подтверждается ли в коммуникации символическая модальность, выраженная определительным наречием *осторожно* и усиленная логотипом шоу.

Интервью с актрисой и режиссером Р. Литвиновой

Анализ речевых тактик самопрезентации К. Собчак следует начать с беседы с Р. Литвиновой, поскольку ведущая выделяет близость видов деятельности с интервьюируемой и проводит сравнение поведенческих реакций. Самопрезентация ведущей раскрывается в тактике апелляции к норме, где критерий нормы определяется самой ведущей и объектом раскрытия «Я-темы» является ее образ, о котором К. Собчак говорит эксплицитно — при помощи личных местоимений первого лица единственного числа (я/мне):

Л.: <...> У меня был поклонник, он скончался и оставил завещание: попросил, чтобы я стояла на краю могилы в черной шляпке с вуалью и под музыку оркестра бросила первый комок земли. Такая вот похоронная муза. Предлагали мне за это огромную на тот момент сумму — 10 тысяч евро, но я отказала воле покойного. Все-таки это настоящие похороны.

*С.: Я бы пошла даже бесплатно. Это же такой *lifetime experience*.*

Я когда смотрю ваш инстаграм, думаю «Господи, какая же Рената смелая женщина». Вы же сами выкладываете день рождения Земфиры, др [день рождения] Суркова. Я-то просто никогда не боюсь хейта, и у меня есть свое объяснение, почему мне нравится общаться с самыми разными людьми.

На лексическом уровне самопрезентация Собчак включает в себя английские слова и англицизмы — *lifetime experience*, *хейт*, усиленные

экспрессией *я бы пошла даже бесплатно [на похороны]*. Основанием нормативной оценки является отклонение от стандартов поведения. Ведущая подчеркивает свою непохожесть на других, выраженную в готовности совершать эпатажные поступки, общаться с людьми разных взглядов и подвергнуться за это критике.

Следующей эксплицитной тактикой самопрезентации ведущей является **тактика интеллектуального самопродвижения и провокативности**, объектом которой являются знания и профессиональный опыт. Помимо местоимений 1-лица, тактика раскрывается через оценку отечественной киноиндустрии, выраженную в эпитетах:

Про «Груз 200» вы не жалеете [что отказались от роли]? Для меня это лучшая картина Алексея Балабанова.

Я просто со Звягинцевым делала интервью, и он мне рассказывал, что в фильме «Левиафан, главную роль где играл, если вы помните, Серебряков, что Александр Ефимович [Роднянский] настоял, чтобы там был Серебряков, хотя он хотел другого артиста. Роднянский — это пример в России такого суперпрофессионального, крутого продюсера, но который вмешивается [в работу]. Вы бы так смогли работать?

Здесь заметна интеллектуальная мелиоративная оценка, основанная на частнооценочных эпитетах. Провокативность выражена вопросами: *вы не жалеете [что отказались от роли в лучшем, по мнению Собчак, фильме Балабанова]; Вы бы так смогли работать?* [если бы выбор актеров на главную роль в вашем фильме диктовал такой профессиональный продюсер]. В первом случае ведущая пытается прояснить, что важнее для Р. Литвиновой — этический выбор между неоднозначной в эстетическом плане ролью и возможностью сняться в известном фильме. В другом случае — этический выбор между деньгами продюсера и самостоятельностью режиссера. Прагматическая функция раскрытия этого аспекта «Я-темы» состоит в стремлении выглядеть компетентной и эрудированной, и на этом основании задать собеседнице провокативный вопрос.

В самопрезентации также примечательна эксплицитная **тактика сравнения количественных показателей востребованности**, которая измеряется в денежном выражении:

С.: За счет чего вы живете?

Л.: Как и вы.

С.: Подождите. Я за корпоративы и за какие-то вот ведения [мероприятий]. <...> Сколько стоит один ваш съемочный день? <...> 600 тысяч рублей? Вы шутите? <..> А на вечер пригласить Ренату Литвинову сколько стоит?

Л.: 30 [тысяч долларов]

С.: Это недешево.

Л.: А вы за сколько?

С.: Ну, 35. Это еще без выезда куда-то далеко. Я ездить не люблю.

Озвучивая свой заработок, ведущая сообщает о своей востребованности. Прагматическая функция тактики подчеркивания превосходства своего дохода состоит в создании образа медиаперсоны с высокой самооценкой, при этом эквивалентом самооценки становятся деньги, получаемые в качестве гонорара.

Интервью с молодым музыкантом и автором текстов С. Гнойным

В интервью с кумиром молодежи одним из аспектов раскрытия Я-темы являются личностные черты ведущей, проявляющие **тактику апелляции к норме**, заключающиеся в характеристике себя как человека, не следующего общепринятым этическим ценностям и выраженной в эмотивных номинациях и предикатах, которая также является **тактикой солидаризации с собеседником** (*мы похожи; я тоже; мы все, вместе взятые*):

*Мне реально кажется, что мы в чем-то очень похожи с тобой. Мы питаемся очень по-разному, в разных культурах, но мы питаемся этим негативом. Каждый по-своему. И ты тоже питаешься этой ненавистью, негативом, и тебе это нравится. И я тоже в принципе умею ***** [унизить] человека — я получаю от этого кайф.*

В этой квартире люди в таких условиях ужасных живут. Ты понимаешь, что вот эта несоизмеримость легких денег, которые ты получаешь в шоу-бизнесе, и

*от того, что человек ***** на холоде, в метро? Как ты себе это объясняешь? Мне стыдно, потому что эти люди ***** [работают] в тысячу раз больше, чем мы все, вместе взятые.*

Общее с гостем программы выделяется на основании существительных, выражающих эмоциональное состояние *ненависть, питаться ненавистью и негативом*, и эмотивного предиката *унижать*, что для собеседников является ресурсом для достижения целей *я получаю от этого кайф*. Эмоциональная оценка, усиленная обценной лексикой, направлена на сокращение дистанции между коммуникантами и выстраивание отношений равноправного партнерства в беседе. Другим аспектом общности является этическая оценка соотношения сложности своего труда и оплаты за него.

Еще одним направленным на собеседника аспектом самопрезентации является оценка К. Собчак своих знаний о рэп-творчестве, проявляющая **тактику признания собственной некомпетентности**:

*Понимаешь, меня качает [твой трэк], но я ж не очень в этом во всём понимаю. Я в этом смысле не эксперт рэпа, я ***** в этом не понимаю.*

Ведущая осуществляет интеллектуальную оценку своих познаний, усиленную сниженной лексикой *я ж не очень в этом во всём понимаю, я ***** в этом не понимаю*. Таким образом, она косвенно отмечает превосходство гостя, признавая его экспертность и давая ему стимул для более откровенных ответов.

Интервью с председателем партии А. Нечаевым

В следующем интервью — с председателем партии «Новые люди» А. Нечаевым — необходимо отметить доминирование презентации общественно-политических взглядов ведущей, которые раскрываются в оценке отношения россиян к богатым и непонимания согражданами государственного устройства, что проявляет имплицитную **тактику дистанцирования** от других людей (*они; люди*):

С.: На ваш взгляд как [нужно было] решить эту проблему [повышения пенсионного возраста]?

Н.: Если бы мы сами спросили людей: «Дорогие друзья, вот нужно примерно добавить 2 триллиона в систему образования...».

С.: Люди вам ответят: «Давайте раскулачим миллиардеров». «Пусть вот эти миллиардеры — разворовали, разграбили, сволочи, страну — пусть они платят».

Н.: Вы считаете, как наша власть, что люди у нас дети, и ниче не понимают.

С.: Я просто знаю запросы людей. Это нормально. Они хотят жить хорошо. Они хотят, чтобы у них всё было, но они не всегда понимают последствия действия власти. Здесь же очень всё просто. Вы скажете людям: «Вот смотри, бабуля, либо щас через 5 лет выходишь на пенсию. Через пять лет. Либо выходишь щас, и мы раскулачим Потанина. И ты щас денежки свои получишь». И она такая подумает и скажет: «Не, раскулачить Потанина — всё-таки инвестиционный климат пострадает, инвестиции не пойдут. Давайте-ка я 5 лет поработаю». Вот так скажет она, да? <...> Вы осознаете, что в нашей стране сильнее, чем в любой другой, не любят богатых людей? Не любят, презирают предпринимателей. Считают их ворами и жуликами.

Здесь два направления частной интеллектуальной оценки. Во-первых, ведущая характеризует мнение россиян о богатых с помощью эмотивных предикатов *не любят, презирают, [хотят] раскулачить, разворовали и разграбили страну* и пейоративных номинаций богатых *воры, жулики, сволочи*. Во-вторых, К. Собчак утверждает свою компетентность в этом вопросе, что позволяет ей при помощи иронии оценить понимание людьми государственного устройства. В этой характеристике следует отметить пейоративную доминанту: ведущая отграничивает себя от массы людей и разделяет позицию власти и богатых, иронически моделируя речь бабушки, рассуждающей об инвестиционном климате, и косвенно говоря о том, что она понимает и одобряет действия власти, а другие сосредоточены на улучшении качества своей жизни.

Другим объектом презентации Я-темы являются политические взгляды ведущей, раскрываемые **в тактике оппозиционирования**. Объектом оценки служат партия КПРФ и телеканал Russia Today. Она выражена в характеристике

того, что бы ведущая никогда не стала делать, а также в эпитетах и предикатах с пейоративной коннотацией:

Ксения Собчак никогда не пойдет на съезд КПРФ. Или даже вот на ваш съезд я как гость не пришла. Меня и не приглашали — ну тем не менее. Я бы и не пошла. Да, Красовский очень хорошо у меня там [во время президентской кампании] работал. Но тогда он не работал с Маргаритой Симоньян. И щас бы, после работы на «Рашиа Тудэй», абсолютно, простите, это зашкварный пропагандистский канал. После такой работы я бы его не позвала.

Всё то, на чем так удачно сейчас паразитируют коммунисты и собирают прекрасный процент голосов, при том, что понятно, что они согласованная партия. Но они, паразитируя на этой левой повестке, прекрасно наживаются, потому что у нас страна, в которой много бедных, мало богатых, и богатых ненавидят.

При помощи частной нормативной оценки Ксения Собчак моделирует мышление круга людей, неблизких ей по политическим взглядам, что достигается путем оппозиционирования партии КПРФ и телеканалу Russia Today. С помощью пейоративной характеристики других ведущая формирует образ политического антагониста.

Кроме того, необходимо отметить эксплицитную **тактику политического самопродвижения**, раскрывающую политический имидж ведущей. В этой тактике К. Собчак акцентирует внимание на своих общественно-политических начинаниях при помощи акциональных предикатов:

Вот я по себе просто помню, что на первой же пресс-конференции мне сразу все мои политконсультанты сказали: «Ксения, первое, что тебе надо сделать, надо ответить на вопрос про Крым». Вот, например, по этому вопросу есть позиция? Власть устроена таким образом, что в какой-то момент эти ставки могут очень сильно вырасти. Я же тоже хотела партию делать, и начала это строить, но просто в какой-то момент приходят к твоим спонсорам и запрещают тебя финансировать.

Самохарактеризация через глаголы-действия позволяет ведущей представить себя как человека, активного участвующего в политической жизни.

Также необходимо подчеркнуть имплицитную **тактику оценки третьих лиц**, выраженную самоиронией:

Я чувствую, Нечаев меня сразу решил унижить размером [халата, который мал ведущей]. Лето не прошло, так сказать, бесследно. У вас какие-то очень худые люди работают здесь на производстве, вы их не кормите.

Короче. Даю вам бизнес-совет. Как человек, который ни одного производства в жизни не создал, могу вам, человеку с миллиардным оборотом, дать совет — зачем вам Рената Литвинова [в качестве амбассадора бренда]? Находите двойника [для рекламы], платите 100 рублей.

Оценивая свою физическую форму, К. Собчак говорит о том, что это не она *располнела за лето*, а *людей на производстве не кормят*, они *очень худые*. Бизнес-совет от ведущей, которая *ни одного производства в своей жизни не открыла*, говорит о ней как о бизнес-вумен, стремящейся тратить деньги разумно, в отличие от маркетологов компании А. Нечаева, что косвенно намекает на ее успешность, критерием которой выступают финансы и умение им распоряжаться.

Завершая анализ стратегии самопрезентации Ксении Собчак, необходимо обозначить содержательные и лингвистические доминанты ее речи. В беседе с актрисой и режиссером интервьюер оценивает киноиндустрию, реализуя тактику интеллектуального самопродвижения («Груз 200» — *лучшая картина А. Балабанова*; А. Роднянский — *пример в России крутого, суперпрофессионального продюсера*). В беседе с молодым музыкантом С. Гнойным объектом самопрезентации ведущей являются познания в современной музыке, проявляющие тактику признания некомпетентности (*ниче не понимаю; ***** в этом не понимаю*). Интервью с председателем партии А. Нечаевым, в свою очередь, демонстрирует иной аспект раскрытия Я-темы — общественно-политические взгляды ведущей, презентуя которые К. Собчак представляет себя активным участником политической жизни страны, что выражается в предикатах-действиях (*тоже хотела партию делать*), оценке других партий и СМИ,

выраженной оценочными предикатами и эпитетами (*коммунисты наживаются на левой повестке, прекрасно наживаются, это согласованная партия; Russia Today — зашкварный пропагандистский канал*) и моделированием мышления россиян (*богатых не любят, презирают, [хотят] раскулачить*, потому что они — *воры, жулики и сволочи — разворовали и разграбили страну*).

В то же время в речевом портрете К. Собчак заметны постоянные аспекты раскрытия Я-темы. Во-первых, это подчеркивание несоответствия этическим стандартам поведения на основе этических и нормативных ЛСЕ. Во-вторых, самопрезентация через пейоративную характеристику других (тактика оппозиционирования другим партиям и СМИ, тактика дистанцирования от сограждан, ценностным критерием которой выступает мнение россиян о финансово успешных людях, тактика имплицитной негативной оценки третьих лиц, в которой манипулятивное коммуникативное событие подменяется самоиронией). В-третьих, ведущая актуализирует свою финансовую состоятельность, которая в интервью с материально обеспеченным собеседниками намекает на успешность говорящей (тактики сравнения качественных показателей востребованности и подчеркивания качественных показателей успеха), а в интервью с молодым и скромно живущим музыкантом — проявляет оправдательную тактику.

Выводы по главе II

1. В практической части работы были проанализированы речевые портреты авторов видеоблогов-интервью «вДудь» Ю. Дудя и «Осторожно: Собчак» К. Собчак. Исследование языковых средств создания речевого портрета проводилось в следующей последовательности: 1) выявлены основные темы анализируемых интервью, типы минимальных диалогических единиц (МДЕ) и повторяющиеся реплики-стимулы ведущих; 2) определены тактики создания образа собеседника на основе содержательных доминант речи ведущих и их языкового воплощения в оценочных лексико-семантических единицах (ОЛСЕ); 3) определены тактики самопрезентации интервьюеров на основе способов раскрытия Я-темы и проявляющих их ОЛСЕ. Такой алгоритм анализа позволил выделить индивидуальные и общие черты речевых портретов ведущих, включая индивидуальный образ адресанта, ориентированность на зрителя и актуализацию оценочного отношения журналиста к герою выпуска;

2. Семантическое пространство интервью, героями которых стали профессиональные актеры и кумиры молодежи — современные музыканты, образуют темы «Личность», «Карьера» и «Личная жизнь», реализованные в следующих типах МДЕ: оценочные характеристики, запрос объяснения оценочного отношения/мотивов поступков, выяснение отношения собеседника к предлагаемой социально-психологической роли, что позволяет охарактеризовать данные выпуски как интервью с собеседниками-личностями. Интервью К. Собчак с председателем партии содержит темы «Политический имидж», «Политические амбиции», «Оценка государственных решений» и «Электорат», а также включает МДЕ-характеристики положения дел и МДЕ-аргументации, в которых слабо актуализирована личность собеседника, благодаря чему данный выпуск можно маркировать как интервью с профессионалом.

Были выявлены общие для всех выпусков «вДудь» и «Осторожно: Собчак» темы: 1) Отношение к государственным и властным структурам; 2) Финансовый достаток. Внимание ведущих к этим темам говорит о том, что политические

взгляды гостя и его материальный достаток являются для интервьюеров важными характеристиками популярной личности.

Ю. Дудь узнает гражданскую позицию гостей, инициируя МДЕ двумя типами стимулов: а) запросом объяснения нарушения постулированного принципа: герой делает или говорит что-то, что противоречит его ранней позиции, а Дудь интересуется причинами такой перемены; б) цитатой гостя, требующей объяснения. К. Собчак использует: а) ссылку на слова собеседника (ранее высказанное отношение к политике) и запрос объяснения (Почему?); б) личную оценку принятия государственных решений и запрос действий, которые мог бы/может совершить собеседник.

При актуализации финансового достатка гостей Ю. Дудь задает вопрос, содержащий предположение/соотнесение с другим фактом, что облегчает собеседнику необходимость ответа. У К. Собчак запросу о прибыли/гонораре предшествует оценка материальных проявлений финансового положения гостя или оценка финансовой результативности его деятельности;

3. Индивидуальными темами в интервью Ю. Дудя являются 1) «Неэтичные поступки гостей»; 2) «Сложные жизненные моменты». В их языковом воплощении примечателен прием ссылки на неизвестный источник информации (*по моей информации; я это услышал еще за пару дней до новостей; у меня есть знакомые, которые говорили; я проверял, и у многих впечатление о тебе*), а также направленные, т.е. с заданным ведущим вектором ответа, вопросы, актуализирующие этические аспекты самосознания героя (*история, когда ты вел себя прям мерзко, ты можешь ее вспомнить и прям рассказать о ней; за что тебе наиболее стыдно; поступок, который считаешь ошибкой; самый жесткий день вы помните в армии; вы когда-нибудь были близки к тому, чтобы убить человека*). Отбор тем и их языковое воплощение характеризует стремление ведущего получить от гостя ранее неизвестную информацию, которая может повлиять на имидж героя.

Индивидуальными темами для интервью К. Собчак являются следующие: 1) «Близкое окружение интервьюируемого»; 2) «Границы допустимого в профессии

интервьюируемого». В первой теме примечателен интерес ведущей к частной жизни гостей (*Она тебя прямо так сильно меняет. Мясо перестал есть. Отказался от кожаных вещей. Курить [наркотики] — ты теперь уже два месяца не куришь. Что, сидите дома, вдвоем, читаете книги?; Мы все знаем, что она и с характером, и по-разному может реагировать эмоционально на какие-то вещи. И вы вот это всё терпите*).

Тема «Границы допустимого в профессии интервьюируемого» раскрывается при помощи направленного стимула, подразумевающего альтернативу (*и вам не понравилось, что это какая-то нагота будет [в фильме А. Балабанова]?; художник может сотрудничать с властью, как вы считаете?; ты считаешь, что никаких границ в принципе нет, что ты можешь сказать вообще всё что угодно, в дисе, в баттле?; к вам кто-то щас придет из «Единой России», захочет в партии с вами быть, крупной фигурой, вы возьмете?*), требующего от собеседника однозначного ответа. Выбор таких тем указывает на стремление ведущей раскрыть героев через взаимоотношения с другими людьми и профессиональные принципы;

4. Речевые действия ведущих обладают следующими особенностями: преимущественное отсутствие контактоустанавливающих актов приветствия и прощания с гостем, что может быть обусловлено спецификой монтажа; слабо эксплицированные переходы между темами (*Ю. Дудь — последняя тема; генеральный; финальный по этой теме; мы подходим к концу; прием сегментации Хорошо. Второе. Инсайд; Пост. Парк Зарядье. Ты, Тимати. Почти 600 тысяч человек; Смотри. Человек помог твоему отцу. Очень сильно; К. Собчак — тогда будем говорить о; хочу поговорить про; давайте про; давай сменим тему; давайте вернемся к*); низкая речевая направленность на зрителя (*Ю. Дудь — если кто не в курсе; К. Собчак — друзья; поясню для телезрителей; зрители наши, может быть, не знают*).

Для интервьюеров характерно речевое воздействие (РВ) на собеседника, которое формируется такими приемами как личная оценка, проведение сравнительных параллелей, повтор вопроса/объединение вопросов в один,

апелляция к мнению других людей. Наиболее разнообразное и частотное РВ обнаружено в выпусках с политическими деятелями;

5. Изучение лексической составляющей речевого портрета выявило, что в интервью с актерами наблюдается лексика, объединенная темой «Киноиндустрия» (Ю. Дудь — *преьера, сыграть, фильм, режиссер, роль, «Непрощенный», «Чистилище»*; К. Собчак — *фильм, 9 жизней Бунми, «Адвокат дьявола», продюсер, роль, «Груз 200», «Морфий», Кира Георгиевна [Муратова], продюсер, Канны, [Александр] Роднянский*). В интервью с современными исполнителями, помимо лексики тематического содержания «Музыка» (Ю. Дудь — *клип, песня, концерт, Black Star, поп-песня, рифма, трэк, рэпер, поп-шабаши, музыка, артист, творчество, поп-певец*; К. Собчак — *клипы, попсовая культура, трэк, рэп-культура, баттл, альбом, хиты*), присутствует молодежный сленг (Ю. Дудь — *бро, щи, фартануть, хейт, чувак*; К. Собчак — *рэпчик, качает, баттл, антихайп, трэшить, шняга*) и обценная лексика. Интервью с кандидатом в президенты и председателем партии отличается преобладанием лексики общественно-политического содержания (Ю. Дудь — *родная страна, голосовать, заявить о выдвижении, президент, российская власть, конкурировать, Владимир Путин, остаться у власти, Конституция, сторонники, государство, избиратель, критиковать президента*; К. Собчак — *политики, выиграть выборы, партия, политическая программа, политконсультанты, политликбез, процент голосов, левая и правая повестка, лозунги, либерализм, популист, спойлер*);

6. В стратегии презентации собеседника преобладают дискредитирующие рациональные тактики, выраженные эксплицитно (Ю. Дудь: тактики доказательного умаления авторитета, дискредитирующего рассуждения, ловушки на противоречиях, создания дискредитирующих контекстов, обвинения с этической оценкой, негативного прогнозирования; К. Собчак: тактики ловушки на противоречиях, негативного прогнозирования, доказательного умаления авторитета, дискредитации посредством иронии), являющиеся рациональным речевым воздействием.

В беседе с молодыми музыкантами в фокусе внимания видеоблогеров находится несоответствие имиджа гостя и его личности. Ю. Дудь использует тактику ловушки на противоречиях: *В этом интервью ты предельно адекватный человек. Так почему твой образ другой? Образ пафосного, тщательно следящего за своим имиджем, ведущего себя на ТВ-проекте как животное.* К. Собчак использует тактику создания антиимиджевого образа *Везде в маске, везде у него пост-пост-пост ирония — человек, со своей девушкой, влюбленный, главный кровавый рэпер — вегетарианец, на самом деле трепетный, ранимый и неуверенный).*

В беседе с политическими деятелями видеоблогеры оценивают их политический имидж и шансы на победу в выборах. В первом случае Ю. Дудь использует тактику дискредитирующего рассуждения (*звезда по поведению, держишь жесточайшую дистанцию с простыми людьми, мешающая выборам популярность*), а К. Собчак — тактику доказательного умаления авторитета (*вы популист, вас часто называют спойлером*). Если оценивается возможность собеседника победить в выборах, то журналисты применяют тактику негативного прогнозирования (Ю. Дудь: *твой путь — абсолютно пораженческий, ты не выиграешь, так не становятся президентами, ты никогда не победишь*; К. Собчак: *партия-мотылек, поматросят и бросят, никому эта партия не будет нужна, не унижайте мой интеллект*).

7. Ценностный аспект комплиментарных тактик в речевом портрете Ю. Дудя зависит от статуса собеседника: актер и шоумен Д. Нагиев представлен как профессионал на основе интеллектуально-психологических ЛСЕ (*фильм памятен до сих пор; вы сыграли там ярко и незабываемо; суперзвезда*); популярный певец Е. Крид получает положительную оценку за свою известность (*суперизвестный; главный поп-певец, ироничное ты из каждого утюга брэнчишь*); кандидат в президенты 2018 года К. Собчак комплиментарно оценивается за журналистский профессионализм (*офигенно получалось; Ксения Собчак вызывает у меня респект; работает много, здорово, это классно*). Отбор ценностных критериев

для комплиментарной тактики характеризует Ю. Дудя как видеоблогера, представляющего собеседника как лидера в своей области;

В выпусках видеоблогера К. Собчак комплиментарную тактику реализуют интеллектуально-психологические ЛСЕ с общим ценностным критерием несоответствия общепринятым стандартам поведения (актриса *странная, такая странная, не такая, как все; отсутствие нормы;* кумир молодежи *крут в ненависти; когда он кого-то очень круто и по делу **** [унижает]*), что характеризует ведущую как интервьюера, которому импонирует неординарность гостей;

8. Фактор двойного адресата, т.е. направленность речи интервьюера не только на собеседника, но и на зрителей YouTube-канала, учитывается ведущими при реализации тактик самопрезентации. Ее важной чертой является несогласие с мнением собеседника, в котором проявляется рациональное речевое воздействие, подкрепленное статистикой, фактами биографии гостя, указанием на ранее сказанные собеседником слова, что характеризует ведущих как критически настроенных интервьюеров;

У Ю. Дудя аспект раскрытия Я-темы зависит от типа собеседника. Так, в разговоре с признанным актером и шоуменом Д. Нагиевым используется тактика подчеркивания качественных показателей профессионализма (*дико забитый график, пережил жесткое отравление, из-за которого график полетел тазом*). В интервью популярным и обладающим материальным благополучием кумиром молодежи Е. Кридом, употреблена тактика отождествления с аудиторией и противопоставления себя собеседнику на основании критерия среднего финансового достатка (*простой мир, наш простой мир, народная марка Adidas*), приобретающем положительную коннотацию. В интервью с кандидатом в президенты К. Собчак применяется тактика презентации общественно-политических взглядов, выраженная оценочными предикатами (*Если Путин останется у власти еще на 6 лет — а это очевидно, что останется; в России возможно всё; конкурировать с президентом, не вскрывая каких-то серьезных его косяков, невозможно*).

В речевом портрете К. Собчак тактики самопрезентации также связаны с близкой собеседнику областью. В беседе с актрисой и режиссером Р. Литвиновой ведущая характеризует кинематограф интеллектуально-оценочными ЛСЕ («Груз 200» — лучшая картина А. Балабанова; Роднянский — пример в России суперкрутого, профессионального продюсера), реализуя тактику самопродвижения. В интервью с исполнителем и автором текстов С. Гнойным ведущая применяет тактику признания собственной некомпетентности, объектом которой является рэп-музыка (*я ниче в этом не понимаю; я ***** в этом не понимаю*). В выпуске с председателем партии А. Нечаевым ключевой является тактика политического самопродвижения, в которой К. Собчак оценивает государственные решения, а также при помощи предикатов, выражающих действие (*я же тоже хотела партию делать, и начала это строить; на выборах голосовала за Собчак, то есть против всех*) презентует себя активным участником политической жизни страны;

К. Собчак актуализирует постоянные аспекты раскрытия Я-темы:

а) подчеркивание несоответствия этическим стандартам поведения (интервью с актрисой — *я бы даже бесплатно на похороны пошла, это же такой lifetime experience; никогда не боюсь хейта*; интервью с современным музыкантом — *мы питаемся ненавистью и негативом; умею **** [унизить] людей, получаю кайф от этого*), что проявляет стремление ведущей к эпатажу;

б) самопрезентация через пейоративную характеристику других. В беседе с председателем партии выявлены тактики оппозиционирования партиям и СМИ (*Ксения Собчак никогда не пойдет на съезд КПРФ; коммунисты наживаются на левой повестке, прекрасно наживаются, это согласованная партия; Russia Today — зашварный пропагандистский канал*) и дистанцирования от людей, неблизких ведущей на основании отношения к финансово успешным согражданам, выраженного в ироничном моделировании мышления россиян, а именно в номинациях и предикатах с оценочным значением (*богатых не любят, презирают, [хотят] раскулачить*, потому что они — *воры, жулики и сволочи — разворовали и разграбили страну*). Также в пейоративной характеристике других

присутствует самоирония (на фоне *худых* работниц завода Faberlic А. Нечаев *унижает ее размером халата*; маркетологам компании К. Собчак, *как человек, который ни одного производства в жизни не создал*, дает шуточный бизнес-совет), при помощи которой К. Собчак подменяет реальное коммуникативное событие — демонстрацию себя в выгодном свете, неманипулятивным, не считаваемым собеседником.

в) актуализация финансовой состоятельности, проявляющей различные тактики, зависящие от уровня материального благополучия собеседника: тактики сравнения качественных показателей востребованности и подчеркивания качественных показателей успеха в беседах с финансово успешными людьми, в интервью с молодым музыкантом — оправдательная тактика, предупреждающая возможную критику со стороны зрителя, на основе этических ЛСЕ (*мне стыдно за легкие деньги, которые получаешь в шоу-бизнесе*);

9. В интервью Ю. Дудь стремится занять позицию спрашивающего, однако если собеседник использует манипулятивные приемы (перебивает, меняет тему), то видеоблогер реализует защитные оправдательные тактики. К. Собчак допускает смену ролей и равное распределение инициативы, оставаясь в позиции направляющего диалог в беседе с председателем партии;

10. Ведущие YouTube-каналов «вДудь» и «Осторожно: Собчак» осуществляют эффективную коммуникацию, поскольку выполняют главную задачу портретного интервью — раскрытие личности гостя. Эта цель достигается разными способами создания провокативности — дискредитирующими тактиками презентации собеседника, интересом к частной жизни гостей, тактиками оппозиционирования. Соблюдая параметры целесообразности и действенности речи, ведущие не всегда поддерживают ее гармонизирующий характер. Конфликтность речевого поведения ведущих побуждает героев быть более откровенными.

Заключение

В ходе исследования было проведено изучение речевых портретов авторов YouTube-каналов «вДудь» Ю. Дудя и «Осторожно: Собчак» К. Собчак, ставящее своей целью определить ключевые коммуникативно-прагматические характеристики речи данных языковых личностей.

Анализ речевых портретов видеоблогов позволяет выделить константные особенности речи видеоблогеров-интервьюеров: экспрессивность, ироническую тональность, рациональное речевое воздействие, проявленное в оппозиционировании мнению собеседника и эпизодическом использовании тактик дискредитации героя. Переменными оказываются предпочтения ведущих в выборе тональности общения, отборе тем интервью и воплощающей их лексики, употреблении стилистически сниженной и обценной лексики, а также аспектов раскрытия Я-темы и содержательной направленности тактик презентации интервьюируемого.

Главной чертой речевого поведения видеоблогеров предлагается считать провокативность, обнаруженную на нескольких этапах исследования. Во-первых, в некоторых выпусках видеоблогеры придерживаются конфликтной стратегии речевого поведения, в которой нарушается гармонизирующий характер речи, что особенно заметно в тактиках презентации собеседника, цель которых состоит в рациональной дискредитации героя и его провокации на дефензивные эмоциональные тактики. Во-вторых, семантическое пространство публичного диалога включает в себя вопросы о личной жизни гостей и их общественном поведении, что характеризует стремление интервьюеров получить от собеседников эксклюзивную информацию, которая может повлиять на имидж героев. В-третьих, ведущие позволяют себе больше лексической свободы в интервью с кумирами молодежи, подчеркивая неформальность общения.

В выпусках, героями которых стали профессиональные актеры и кумиры молодежи, интервьюеров интересует, как герой оценивает себя, свои поступки и различные явления действительности, что подтверждается преобладанием минимальных диалогических единиц (МДЕ)-оценочных характеристик и МДЕ-

объяснений основания оценочного отношения/мотивов поступков. Актуализация данных типов МДЕ позволяет отнести интервью с актерами и кумирами молодежи к интервью с собеседниками-личностями. Выпуск «Осторожно: Собчак» с председателем партии содержит преимущественно МДЕ-характеризации положения дел и МДЕ-аргументации, благодаря чему его можно отнести к интервью с собеседником-профессионалом.

В материале исследования были обнаружены общие для Ю. Дудя и К. Собчак темы «Отношение к государственным и властным структурам», а также «Финансовый достаток», что позволяет сделать вывод о значимости этих характеристик для видеоблогеров и аудитории при формировании образа героя передачи. При актуализации отношения к государственным и властным структурам оба интервьюера используют в качестве реплики-стимула цитату из высказываний гостя. Индивидуальной чертой речевого портрета Ю. Дудя является указание на расхождение между поступками гостя и его словами, что говорит о стремлении интервьюера выявить противоречивые черты личности собеседника. К. Собчак, в свою очередь, спрашивает у героя, как бы он повлиял на политическую систему, благодаря чему можно сказать, что ведущая считает, что ее собеседники должны проявлять гражданскую сознательность. При актуализации финансового достатка Ю. Дудь облегчает собеседнику необходимость ответа, делая предположение о материальном положении гостя, а К. Собчак оценивает материальные проявления финансового положения героя, являющиеся для ведущей следствием успеха.

Стратегия презентации собеседника проявляет личное отношение ведущих к интервьюируемому. В беседах с кумирами молодежи ключевой является тактика создания антиимиджевого образа (К. Собчак) и тактика ловушки на противоречиях (Ю. Дудь), направленные на то, чтобы представить героя вне его публичного имиджа. А в выпусках с политиками видеоблогеры оценивают искренность политических намерений собеседников, используя тактики дискредитирующего рассуждения (Ю. Дудь) и доказательного умаления авторитета (К. Собчак), негативно оценивая шансы своих собеседников на победу

(Ю. Дудь и К. Собчак: тактика негативного прогнозирования), чем характеризуют себя как критически настроенных интервьюеров.

Еще одной особенностью речевого поведения ведущих является зависимость аспекта раскрытия Я-темы от социального статуса собеседника. В интервью с актерами объектом самопрезентации видеоблогеров является их профессионализм (Ю. Дудь: тактика подчеркивания качественных показателей профессионализма) и познания в кинематографе (К. Собчак: тактика интеллектуального самопродвижения). В выпусках с кумирами молодежи критерием самопрезентации ведущих является финансовый достаток (Ю. Дудь: тактика отождествления себя с аудиторией и оппозиционирования собеседнику) и осведомленность в современной культуре (К. Собчак: тактика признания собственной некомпетентности). Выпуски шоу, в которых собеседниками видеоблогеров стали кандидат в президенты и председатель партии, демонстрируют другой критерий раскрытия Я-темы журналистов — отношение к общественно-политической деятельности (Ю. Дудь: тактика презентации общественно-политических взглядов; К. Собчак: тактика политического самопродвижения).

Общими для речевых портретов видеоблогеров являются два аспекта раскрытия Я-темы. Во-первых, это отношение к общественно-политической деятельности, в котором Ю. Дудь идентифицирует себя как гражданина, а К. Собчак презентует себя активным участником политической жизни страны. Во-вторых, это финансовый достаток, актуализация которого преследует разные прагматические цели. Ю. Дудь отождествляет свое материальное положение со средним уровнем аудитории YouTube-канала. К. Собчак, в свою очередь, говорит о своем высоком финансовом благополучии, тем самым идентифицируя себя как успешного профессионала, чьи гонорары и уровень жизни такие же, как у собеседника, или выше. Вместе с тем, в беседе со скромно живущим молодым музыкантом денежное благополучие проявляет оправдательную тактику, которая предупреждает возможную критику со стороны зрителя. Кроме того, в речевом портрете ведущей была обнаружена самопрезентация через негативную оценку

других людей — партий, СМИ и сограждан, а также подчеркивание несоответствия принятым в обществе стандартам поведения, что демонстрирует стремление ведущей к эпатажу.

Трансформация речевого портрета видеоблогера происходит с учетом социального статуса гостя и личного отношения интервьюера к собеседнику. Благодаря нарушению коммуникативного равновесия видеоблогерам-интервьюерам Ю. Дудю и К. Собчак удастся проводить детальное изучение личностей своих гостей, а также привлекать внимание зрителя к своей работе.

Литература

Словари

1. Кожина, М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : 2006. – 696 с.
2. Матвеева, Т.В. Полный словарь лингвистических терминов / Т.В. Матвеева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 562 с.

Книги и монографии

3. Анненкова, И.В. Медиадискурс XXI века: лингвофилософский аспект языка СМИ : монография / И.В. Анненкова. – М. : Изд-во Московского ун-та, 2011. – 392 с.
4. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с
5. Борисова, И.Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика : монография / И.Н. Борисова. – Изд. 2-е. – М. : URSS, 2007. – 317 с.
6. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М.: Наука, 1985. – 228 с.
7. Голуб, И.Б. Стилистика русского языка : учебник для академического бакалавриата / И.Б. Голуб. – 6-е изд. испр. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 445 с.
8. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Изд. 5-е. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 284 с.
9. Казак М.Ю. Язык газеты : учеб. пособие / М.Ю. Казак. – Белгород : ИД «Белгород», 2012. – 120 с.
10. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. –Изд. 6-е. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 264 с.
11. Китайгородская, М.В. Русский речевой портрет / М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова. – М. : Просвещение, 1995. – 432 с.
12. Клюев, Е.В. Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия : учеб. пособие / Е. В. Клюев. – М. : Рипол-классик, 2002. – 317 с.

13. Колесова, Д.В. Интернет-пространство: речевой портрет пользователя : коллективная монография / Т. И. Попова, И. М. Вознесенская, Д. В. Колесова и др.; под ред. Т. И. Поповой. – СПб. : Эйдос, 2012. – 224 с.
14. Коньков, В.И. Речевая структура газетных жанров : учеб. пособие. –СПб. : Роза мира, 2004. – 221 с.
15. Лаврова, А.А. Синтаксические особенности реализации эмоционального компонента в политической речи : монография / А.А. Лаврова. – Нижний Новгород : НФ ГУ-ВШЭ, 2011.– 223 с.
16. Матвеева, Г.Г., Ленец, А.В., Петрова, Е.И. Основы прагмалингвистики: монография. М. : ФЛИНТА, 2013. 232 с.
17. Лутовинова, О.В. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : коллективная монография / О.В. Лутовинова, Т.Н. Колокольцева и др. ; под ред. О.В. Лутовиновой, Т.Н. Колокольцевой. – М. : Флинта : Наука, 2012. – 322 с.
18. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : ГНОЗИС, 2003. – 280 с.
19. Попова, Т. И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте : монография / Т.И. Попова. – СПб. : филолог. факультет СПбГУ, 2002. – 220 с.
20. Руженцева, Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: Монография / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2004. – 294 с.
21. Светлана, С. В. Телевизионная речь: Функции и структура / С. В. Светлана. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 151с.
22. Стернин, И.А. Практическая риторика / И.А. Стернин. – М. : Академия, 2008. – 272 с.
23. Стернин, И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 266 с.
24. Стернин, И.А. Основы речевого воздействия : учебное издание / И.А. Стернин. – Воронеж: «Истоки», 2012. – 178 с.

25. Шелестюк, Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования : монография / Е.В. Шелестюк. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ФЛИНТА: Наука, 2014. – 344 с.

Научные статьи

26. Антонова, Л.Г. Стратегии самопрезентации языковой личности блогера / Л.Г. Антонова, Е.А. Лебедева // Верхневолжский филологический вестник. – 2015. – № 2. – С. 89–93.

27. Баженова, Е.А. Блог как интернет-жанр / Е. А. Баженова, И. А. Иванова // Вестник Пермского ун-та. Российская и зарубежная филология. – 2012. Вып. 4(20). – С. 125–131.

28. Баранов, А.Н. Иллокутивное вынуждение в структуре диалога / А.Н. Баранов, Г.Е. Крейдлин // Вопросы языкознания. – 1992. – № 2. – С. 84–99.

29. Бейненсон, В.А. Развитие журналистских жанров и форматов в видеоблогах / В.А. Бейненсон // Век информации. – 2019. – № 1. – С. 82–93.

30. Бердышева, Н.Ю. Интервью как творческий метод ведения популярного видеоблога / Н.Ю. Бердышева // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : матер. 57-го междунар. форума, 19–20 апреля 2018 г. – СПб. : Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2018. – С. 18–19.

31. Блакар, Р.М. Язык как инструмент социальной власти / Р.М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия : сб. ст. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88–126.

32. Васильченко, К.Е. Жанр портретного интервью: возможности дифференциального подхода / К.Е. Васильченко // Студент и научно-технический прогресс : сборник трудов XLIII научной конференции молодых ученых, 19 апреля 2019 г. – 2019. – С. 429–431.

33. Витвинчук, В.В. Трансформация жанра интервью в современном медиaprостранстве: медийный хронотоп и коммуникативные тактики / В.В. Витвинчук // Вопросы журналистики. – 2018. – № 4. – С. 73-80.

34. Воронцова, Т.А. Прагматические функции оценочной метафоры в публичном диалоге / Т.А. Воронцова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 13. – С. 35–37.
35. Глинчевский, Э.И. Средства речевого воздействия в языке СМИ / Э.И. Глинчевский // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 4. – С. 18–27.
36. Голубева-Монаткина, Н.И. Классификационное исследование вопросов и ответов диалогической речи / Н.И. Голубева-Монаткина // Вопросы языкознания. – 1991. – № 1. – С.125–134.
37. Гурочкина, А.Г. Скрытые формы речевого воздействия в не прямой коммуникации / А.Г. Гурочкина // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2019. – № 192. – С. 46–52.
38. Данченко, А.А. Диалоговое интервью как речевой жанр: коммуникативные тактики ведущих информационных новостных выпусков / А.А. Данченко // Cuadernos de Rusística Española. – 2014. – № 10. – С. 55–70.
39. Джандалиева, Е. Ю. Портретное интервью как жанр речевого общения: некоторые особенности коммуникативного поведения участников (на материале немецкого языка) / Е.Ю. Джандалиева // Научный диалог. – 2012. – № 12 – С. 86–101.
40. Дубских, А. И. Средства реализации коммуникативной стратегии самопрезентации личности в массово-информационном дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. – № 30. – С.50–54.
41. Калашникова, А.А. Блог как гибридный речевой жанр / А.А. Калашникова // Научная мысль Кавказа. – 2010. – № 3(63). – С. 172–176.
42. Кожемякин, Е. А. Блогжурналистика как интердискурсный феномен / Е.А. Кожемякин, А.А. Попов // Научные Ведомости. – 2010. – № 24(95). – С. 201–209.
43. Крысин, Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета / Л.П. Крысин // Русский язык в научном освещении. – Вып. 1. – 2001. – С. 90–106.

44. Кудряшова, А.Н. Структурные особенности диалогической речи. Минимальная диалогическая единица / А.Н. Кудряшова, Ю.А. Гузь // Гуманитарные и социальные науки. – 2015. – № 2. – С. 96–103.
45. Лущиков, В.А. Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов / В.А. Лущиков, М.В. Терских // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2018. – Т. 4, № 14. – С. 57–75.
46. Нестерюк, Ю.В. Способы актуализации стратегических программ коммуникантов в интервью / Ю.В. Нестерюк // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2015. – № 1–2. – С. 444–446.
47. Подосокорский, Н. Н. «Лицо с экрана». В чем секрет популярности ток-шоу «вДудь»? / Н.Н. Подосокорский // «Наука телевидения». – 2018. – № 14. – С. 151–166.
48. Полонский, А.В. Русский язык в современных масс-медиа: конфликт между «словарем» и общественным вкусом / А.В. Полонский // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 24 (95). – С. 250–255.
49. Русецкая, О.Н. Функционально-стилистические особенности публичной речи / О.Н. Русецкая, Н.В. Ямов // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 48. – С. 144–147.
50. Сахнова, Е.Б. Жанр интервью и его модификации / Е.Б. Сахнова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – № 4. – С. 98–103.
51. Селютин, А.А. Проблемы описания речевого портрета онлайн-личности / А.А. Селютин // Вестник Челяб. гос. ун-та. – 2010. – № 34(215). – С. 117–120.
52. Торбик, Е.М. Стратегия самопрезентации в деловом дискурсе (на материале проектных заявок) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 1–1 (43). С. 171–175.
53. Халиуллин, А.Г. Диалогическая природа жанра интервью в современной прессе / А.Г. Халиуллин // Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2010. – № 3(21). – С. 175–178.

54. Шестерина, А.М. Жанровый аспект формирования экранного имиджа видеоблогера / А.М. Шестерина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 1(35) – С. 140–146.

55. Шляховой, Д.А. Коммуникативные стратегии военных insta-блогеров (на материале немецкого языка / Д.А. Шляховой // Филология и человек. – 2019. – № 3. – С. 41–53.

56. Шмелева, Т. В. Модель речевого жанра / Т.В. Шмелева // Жанры речи. – 1997. – Вып. 1. – С. 88–98.

Диссертации и авторефераты диссертаций

57. Асташова, О.И. Речевой портрет политика как динамический феномен : автореферат дис. ... канд. филол. наук / О.И. Асташова. – Екатеринбург, 2013. – 22 с.

58. Баоянь, У. Коммуникативные стратегии и тактики и языковые средства их реализации в русскоязычной неформальной межличностной дискуссии (на материале интернет-дневников): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / У Баоянь. – Москва, 2008. – 21 с.

59. Гливенкова, О.А. Способы организации риторического пространства в монологах героев художественной прозы : автореферат дис. ... канд. филол. наук / О.А. Гливенкова. – Краснодар, 2002. – 20 с.

60. Дятлова, А.Е. Диалогическое взаимодействие в телевизионном интервью: речевые интенции и практики на примере программ «Познер» и «Собчак живьём» : в.к.р. : 42.03.02 / А.Е. Дятлова. – СПб, 2016. – 75 с.

61. Кашкина, О.В. Функциональный анализ самооценочных высказываний как средства вербализации Я-концепта (на материале интервью немецкой прессы): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2005. – 24 с.

62. Кузнецова, В.В. Коммуникативное поведение участников портретного интервью : автореф. дис. канд. филол. наук / В.В. Кузнецова. – Волгоград, 2008. – 22 с.

63. Леорда, С.В. Речевой портрет современного студента : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.В. Леорда. – Саратов, 2006. – 19 с.

64. Мамаева, С.В. Речевой портрет коллективной языковой личности школьников 5-7 классов : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Мамаева С.В. – Самара, 2007. – 18 с.
65. Матвеева, Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего : автореф. дис. ... доктора филол. наук / Г.Г. Мамаева. – СПб., 1993. – 87 с.
66. Попова, Т.И. Телевизионное интервью: семантический и прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т.И. Попова. – Санкт-Петербург, 2004. – 33 с.
67. Черкасова, И.С. Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации личности в русских и немецких объявлениях о знакомствах: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006. – 255 с.
68. Штырева, С. В. Прагмалингвистическая характеристика интервью (на материале французской прессы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. В. Штырева. – Москва, 2006. – 18 с.

Электронные ресурсы

69. Алексеев, А.В. Записи в блоге как речевой жанр интернет-коммуникации [Электронный ресурс] // Персональный сайт Александра Алексеева : iawia.net.ru. – Режим доступа : <http://iawia.net.ru/diplom.htm> (дата обращения : 22.04.2020)
70. Дацюк, С.А. Коммуникационные стратегии [Электронный ресурс] // Гуманитарный портал : gtmarket.ru. – Режим доступа : <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2751> (дата обращения : 12.04.2020)
71. Дятлова, А.Е. Речевой портрет журналиста сетевых медиа [Электронный ресурс] // Междунар. молодеж. науч. форум «Ломоносов» : olymp.msu.ru. – https://olymp.msu.ru/archive/Lomonosov_2018/ (дата обращения : 25.04.2020)
72. Дудь и Собчак оказались лидерами по уровню доверия россиян к блогерам [Электронный ресурс] // Rambler : интернет-портал. – Режим доступа: <https://news.rambler.ru/sociology/45259058-dud-i-sobchak-okazalis-liderami-po-urovnyu-doveriya-rossiyan-k-blogeram/> (дата обращения: 13.05.2021)

73. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика : учеб. пособие [Электронный ресурс] // Авторский проект Екатерины Алеевой Evartist.narod.ru. – Режим доступа : <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm> (дата обращения : 9.05.2020).

Материал исследования

74. АЛЕКСЕЙ НЕЧАЕВ: О «Новых людях», Ивлеевой и коммунитаризме [Электронный ресурс] // YouTube-канал «Осторожно: Собчак». – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=JFCZjcXAsIg> (дата обращения: 28.04.2021)

75. Егор Крид - уход из Black Star и звонок Поперечному / вДудь [Электронный ресурс] // YouTube-канал «вДудь». – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=CWX0sALDP54> (дата обращения: 14.05.2021)

76. Нагиев - пенсии, стих в Кремле (English subs) [Электронный ресурс] // YouTube-канал «вДудь». – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=7tKb5u52nSE> (дата обращения: 14.05.2021)

77. «Оксимирон обеспечил меня на всю жизнь» – Слава Гнойный в ОСТОРОЖНО, СОБЧАК! [Электронный ресурс] // YouTube-канал «Осторожно: Собчак». – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=LYoNRVZG6W0> (дата обращения: 28.04.2021).

78. РЕНАТА ЛИТВИНОВА: «Северный ветер», Сурков и Земфира [Электронный ресурс] // YouTube-канал «Осторожно: Собчак». – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=98JY6Px7Mw8> (дата обращения: 28.04.2021)

79. Собчак - о Навальном, крестном и выборах / вДудь [Электронный ресурс] // YouTube-канал «вДудь». – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=wpfpey_0G5A (дата обращения 14.05.2021)