

## **Медиадискурс «новой искренности»: коммуникативные инструменты**

В статье раскрываются аспекты теле- и радиодискурса «новой искренности». Выявляются доминантные аспекты жанрово-тематической конфигурации, макроструктура, типы радиодискурса «новой искренности». Выделены тематические доминанты, формирующие дискурсивное поле «новой искренности», а также коммуникативные стратегии и тактики, конструирующие сценарии дискурса «новой искренности» в медиапространстве.

**Ключевые слова:** медиалингвистика, телевидение, радио, новая искренность, дискурс, макроструктура, стратегии

Искренность считается одним из важнейших свойств коммуникации, ценностной характеристикой языковой личности. Искренность в медиапространстве можно рассматривать не только как выражение подлинных чувств и информации, но как инструмент, способствующий достижению интересов и коммуникативной цели говорящего.

Направление «новой искренности» получает реализацию в различных сферах деятельности (искусстве, политике, кинематографе и т.д.) в XXI в., смещая фокус с постмодернистской иронии на возрождение общечеловеческих ценностей, «которые оставляют нас уязвимыми для внешнего мира, но делают более человечными» [1, с. 217]. Феномен «новой искренности» активно обсуждается в работах по кинематографу, литературе, культурологии и т.д. Вместе с тем неразработанной сферой, в которой формируется данное направление, является медиапространство. Актуальность этого феномена в социокультурном контексте требует всестороннего анализа, в частности лингвистического. Понятие «новой искренности» в современных научных работах определяется на уровне общих предметно-тематических и наивно-языковых представлений. Научно обоснованные модели общения в рамках направления «новой искренности» отсутствуют. Опираясь на трактовки понятия «новая искренность» в философских, психологических и культурологических исследованиях, предпримем попытку спроецировать данный феномен на сферу медиакоммуникации.

Цель исследования – выявить особенности дискурсивной репрезентации «новой искренности» в теле- и радиопространстве. Материалом исследования послужили 300 телепередач и 400 радиопередач, транслируемых Белтелерадиокомпанией, относящихся к различным жанрам: развлекательные, информационные, информационно-аналитические.

Опишем кратко ключевые аспекты «новой искренности». В отличие от традиций и эстетики постмодерна, главная задача «новой искренности» заключается не в ироническом высмеивании своих героев и играх с читателем, а в том, чтобы «возродить те ценности, которые оставляют нас уязвимыми для внешнего мира, но делают более человечными: дружба, сопереживание, поддержка» [1, с. 217]. В работах по метамодернистской психологии подчеркивается важная характеристика «новой искренности» – мечтательность: «Субъект обращается к рефлексии чувств, переживаний и грез, к разнообразным компонентам эмоциональной жизни, в которой важнейшее место занимает аутентичность переживаемого (“новая искренность”) и внутренняя психологическая правда» [2].

Т. В. Леонтьева и А. В. Щетинина предлагают включить в словарное описание идиомы *новая искренность*, помимо имеющегося терминологического значения, лексико-семантические варианты, в состав которых входят общие семы: ‘откровенный рассказ о себе’, ‘открытое выражение испытываемых эмоций’, ‘в публичном пространстве’, ‘оказать влияние на аудиторию’ и дифференциальные семы: ‘технология коммуникации’, ‘в маркетинговой, политической и других сферах’ [3, с. 198].

Телевидение и радио оказались созвучны идеям «новой искренности» и внедряют их в качестве особого коммуникативного инструмента, получающего объективацию в медиадискурсе «новой искренности», коммуникативных сценариях и стратегиях.

В первую очередь «новая искренность» трансформирует жанрово-тематический профиль медиадискурса, макроструктуру медиатекста. В телепространстве в начале 2000-х гг. стержневыми темами жанров социальных ток-шоу, интервью были «успех», «достижения». В последние годы в телерадиопространстве существует выраженный тренд *психологизации*. В рамках предметно-тематического поля теледискурса оказываются разного рода травмы, нарушения, зависимости (компьютерная, сахарная, эмоциональная и т.д.), разрушающие здоровье, эмоциональное состояние и привычный уклад жизни человека. Так, в телепространстве ядерными темами социально-психологического ток-шоу становятся навязчивые состояния, зависимости, нарушение личных границ, которые репрезентируются через личные истории людей.

Познавательные информационные жанры *документальный фильм, арт-истории, телепортрет* все чаще репрезентируют культурные травмы социума – война, геноцид – через историю, события отдельного человека. Эмоциональные нарративы свидетелей карательных, военных операций и их потомков репрезентируют травмирующие события. Повествование о травмирующем событии конструируется на основе комбинации проверенных объективных (архивных) данных и тематических блоков, освещающих травмирующий опыт и эмоциональные переживания свидетелей и участников.

Тенденция «новой искренности» модифицирует тематический диапазон жанров *интервью* и *беседа*. Так, их типичная тематическая модель в XX – начале XXI в. была ограничена темами «профессиональная деятельность», «(авто)биографические сведения», «отношение к деятельности/творчеству», «свободное время, хобби», «общефилософские вопросы», «характер интервьюируемого». В последние годы важная роль эмоционально маркированных и личностно ориентированных компонентов текста отражается в расширении набора востребованных тем: «личная жизнь», «личные и профессиональные неурядицы, проблемы», «образ жизни», «отношение к общественным событиям».

В кризисный период в коммуникативном пространстве телевидения активизируются концепты искренности: «откровенность», «честность», «правда». Они манифестируются лексемами-маяками в гетеронимах (названиях передач): «В режиме правды», «Нечестные люди», а также в подводках передач, зачастую используя оппозиционные концепты «нечестность», «ложь», «лицемерие».

Необходимость новых инструментов, которые позволяют акцентировать откровенность, искренность в медиапространстве, порождает трансформацию информационно-аналитических жанров. Жанры *обзор*, *комментарий* модифицируются в жанр *разоблачение*, доминантой которого становится публичное раскрытие скрытых мотивов, фейков, заговоров и т.д. Трансформации подвергается одна из важнейших категорий медиатекста – автор. Автор исследуемого жанра – коллективный, представлен не журналистами, а, как их описывают создатели передачи, «людьми из народа»: музыкант, предприниматель, блогер и т.д., желающими откровенно высказать свое мнение, поделиться фактами, раскрыть правду о нечестных действиях.

«Новая искренность» получает манифестацию не только как коммуникативная стратегия, конструирующая речевое поведение журналиста и адресата в радиопространстве, но также облекается в особый тип массмедийного дискурса. Наиболее активно это проявляется в разговорном радиодискурсе. Ситуация искренности репрезентируется языковой личностью как особый дискурс. Прагматика личностного смысла направлена на то, чтобы воздействовать на мысли и чувства, сознание или поведение реципиента, преобразовать личностный аспект ситуации в принятый всеми коммуникантами вариант ситуации общения и тем самым создать комфортную и привлекательную среду. В связи с этим, на наш взгляд, можно говорить об особом дискурсе «новой искренности».

Выделим три вида искреннего радиодискурса (или дискурса искренности), которые разграничиваются в соответствии с особенностями порождающего процесса: *квазиспонтанный* (частично спонтанно порождаемый) *реактивный* искренний радиодискурс, спонтанный *импровизационный* искренний радиодискурс и периодически возобновляемый *предварительно подготовленный* искренний радиодискурс.

При *квазиспонтанном* порождении искреннего радиодискурса речевая деятельность говорящего обусловлена тем, что он выбирает возможные вербальные и невербальные средства реакции из различных имеющихся в арсенале речевых/неречевых инструментов, имея возможность продумать свой выбор в соответствии с замыслом (ведущего – формировать гедонистическую, эмоционально насыщенную среду общения, адресата – откровенно поделиться своим мнением, опытом, установка на самовыражение и т.д.).

Коммуникация смещается в сторону сенсбилизации, гедонистической установки в случае реализации тактик *экспрессивной экспликации эмоциональной реакции, похвалы* в игровых/развлекательных радиожанрах. Искренность выражается в речи ведущего не только в лексике, но также в синтаксисе: в использовании упрощенных конструкций, простых коротких предложений, часто имеющих эллиптизированную структуру, которые призваны фокусировать внимание на эмоциях и оценке. Радиоведущий употребляет эмоциональные глагольные формы, частицы (*я так рада, ну как же, ай-яй-яй, ой да что вы говорите, ура*), которые прибавляют эмоциональность и выразительность; глаголы мнения, при помощи которых внимание переводится на эмоциональный аспект общения, субъективное внутреннее состояние: *Ну как же, Кристина! Ай-яй-яй, о-ой-ой. Я сожалею. Ну вы справились* (Радио Мир, 21.10.2022); *Ну я думаю, это великолепный ответ, правда. Восторг!* («Кулинарное шоу», Радио Рокс, 28.10.2022).

*Импровизация* искренности наблюдается в случае ее экспликации спонтанно, в реальном (для радиособеседников) времени, не по заранее продуманному или созданному сценарию. Стратегически импровизационный искренний радиодискурс реализуется в тактиках: *личной истории*, которая встраивается в информационный блок или является частью тактико-стратегической композиции развлекательных разговорных жанров; *личной оценки и мнения*, характерной для игровых, информационно-развлекательных разговорных радиожанров.

*Подготовленный* искренний радиодискурс фиксируется в письменных сообщениях слушателей или ведущих. Сохраняя характеристики непринужденности, сходства с непосредственным общением, письменные сообщения продумываются адресантом.

Модель макроструктуры радиодискурса «новой искренности» как схемы формально-содержательной организации текста можно представить в виде совокупности макротекстовых позиций: подводка (презентация темы), композиция, состоящая из *детализирующих, оценочных* или интерпретационных и *эмоционально ориентированных* блоков.

*Детализирующие* композиционные блоки представляют собой отрезки текста, содержащие информацию о компонентах личностно значимого события или факта (о субъекте, времени, месте, действии, обстоятельстве). *Оценочные*

блоки представляют собой продукт умозаключения, оценки журналиста или слушателей, выражающие личное мнение, в то время как *эмоционально ориентированные* блоки эксплицируют эмоциональное отношение.

«Новая искренность» относится к важным дискурсообразующим механизмам, актуализирующим определенный этический и эмоционально-психологический фон в радиокommunikации. Определим коммуникативные стратегии «новой искренности», конструирующие определенные сценарии. Сценарий «экспликации личностных смыслов» разворачивается посредством монтажа коммуникативных стратегий: *демонстрации «человека как перформанса», экспликации ценностных ориентиров, публичной эмоционализации.*

Развлекательный радиодискурс фокусируется на замене слушания/созерцания развлечения действием, на демонстрации «человека как перформанса», что позволяет выйти за пределы обыденного восприятия. Радиопространство становится площадкой для своеобразных психологических перформансов для радиослушателей, одним из ярких инструментов манифестации которых становится тактика *креативной реализации адресата*. Слушатель становится соавтором радиоведущих, создает собственные интеллектуальные и креативные (сочиняет стихи, придумывает названия передач и т.д.) хиты.

Особым ракурсом «новой искренности» выступает поворот к общечеловеческим ценностям, что выражается в *стратегии экспликации ценностных ориентиров*. Для радиодискурса «новой искренности» наиболее характерно конструирование тактиками трансляции *морально-этических* (бескорыстие, любовь и уважение к другим людям, доброта, милосердие, стремление к красоте и т.д.) ценностей, *витальной ценности качество жизни, ценности общение*. Доминантами аксиологического профиля радио являются такие ценности, как *позитив, доброта, удовольствие*.

Инструментом сценария *гиперчувствительности* (сенсбилизации) является тактика *гиперэкспрессивности*, представляющая собой гипертрофированное выражение чувств ведущих по отношению к объекту или субъекту речи: подчеркнуто выраженное подтрунивание, экспрессивное выражение эмоций. Развлекательный характер обсуждаемых тем и историй, развлекательные стратегии их презентации, типичные для разговорного радио предыдущих лет, заменяются стратегией *публичной эмоционализации*, которая создает особый смысловой контекст. Данная стратегия призвана осуществлять активное привлечение адресата к публичной презентации личной жизни, рефлексии чувств и переживаний, иногда тревожащих и травмирующих событий, которые репрезентируются в режиме «новой искренности».

Ведущий задает направление деятельности коммуникантов, стимулируя эмоционально наполненный поток текстопорождения или конкретного коммуникативного поведения: *Смотрите – видите, какие разные мнения бывают. Присоединяйтесь, никто не говорит, что вы должны сейчас конкретно имя-*

*фамилию человека назвать («Хороший день», Радио Мир, 17.10.2022); Пишите, звоните нам, чтобы рассказать свои истории публично; Почему вы бы никогда не женились/вышли замуж за себя? (Радио Рокс, 06.10.2022).*

Если в период 2005–2018 гг. утренний эфир был заполнен развлекательными историями или юмористичными комментариями, то микротексты последних нескольких лет выстраиваются за счет тактик *демонстрации личных ощущений, личной истории, мечтательности*, которые способствуют эмоциональному вовлечению аудитории.

Повышенная чувствительность наблюдается в реализации стратегии *сентиментальности* в радиотексте. Сентиментальность развивается за счет тактик *презентации мечтаний и желаний и ностальгии*.

Наиболее активно стратегия сентиментальности манифестируется в конвергентном радио за счет визуальных кодов – визуальных фреймов фотографии котиков, милых детишек, семейных (архивных) фотографий, изображающих памятные и значимые моменты жизни. Повышение степени чувствительности призвано выполнять выделительную функцию – реализовать желание слушателей выделить свои сообщения из общей массы коммуникативного потока.

Таким образом, основная особенность репрезентации категории искренности в медиaprостранстве состоит в том, что в фонд знаний группового или массового собеседника вводится объект из личного жизненного пространства, оценка или аффективное состояние автора сообщения, представляющие персонафицированную или интимную часть реальной картины мира.

Будучи личностной характеристикой, искренность в медиaprостранстве трансформируется в коммуникативное поведение субъекта, характеризующееся публичной откровенностью, самовыражением и эмоциональностью (чувствительностью). Это социокультурное направление становится дискурсивной практикой и технологией коммуникации, формируя структуру, содержание, жанрово-тематическую, тактико-стратегическую конфигурацию медиатекста.

### *Литература*

1. Иссерс О. С. Грани «новой искренности» в современной политической коммуникации // Вестник НГУ. Сер.: История, филология. 2020. Т. 19. № 6: Журналистика. С. 216–227.
2. Гребенюк А. Основы метамодернистской психологии [Электронный ресурс] // Metamodern. URL: <http://metamodernizm.ru/metamodernism-psychology> (дата обращения: 11.06.2022).
3. Леонтьева Т. В., Щетинина А. В. Сочетание новая искренность в лексикографическом аспекте // Научный диалог. 2022. № 11(6). С. 183–201.