

Невербальное поведение как коммуникативная стратегия в портретном интервью шоу «вДудь»

Научный руководитель – Любановская Юлия Олеговна

Лучникова Алёна Игоревна

Студент (бакалавр)

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, Институт гуманитарных наук, Калининград, Россия

E-mail: alenaluchnikova@mail.ru

Лучникова Алёна Игоревна

Студентка Балтийского Федерального Университета им. И. Канта,

Направление «журналистика», Калининград, Россия

E-mail: alenaluchnikova@mail.ru

Невербальная составляющая коммуникации в итоге часто оказывает более сильное воздействие на реципиента, так как ее проявления сложнее контролировать участникам интервью, а аудитория успевает считать невербальные сигналы даже быстрее, чем осознать получаемую вербальную информацию. Выявление используемых у популярных ведущих моделей невербального поведения позволит не только более осмысленно перенимать их опыт начинающим журналистам, но и возможно, повысить эффективность их самих, заставляя все средства коммуникации работать в резонанс.

Терминологической базой исследования послужила работа «Невербальное поведение» Лабунской В. А. Статья Бабушкиной М.А. «Метакоммуникация как коммуникативная категория» помогла углубиться в тему метакоммуникации и проследить её взаимосвязь с невербальными компонентами. С помощью статьи Н. Н. Кошкарновой «Коммуникативные стратегии и тактики интервьюера и интервьюируемого в гармоничном дискурсе: специфика политического интервью» выделили стратегии и тактики, которые используют интервьюер и интервьюируемый. Десять самых часто просматриваемых портретных интервью на канале «вДудь» за период от 7.02.2017 года по 01.06.2020 года составили основную эмпирическую базу для исследования в связи с тем, что среднее количество просмотров интервью достигает 17 млн.

Целью работы - через анализ невербального компонента наиболее часто просматриваемых портретных интервью на канале «вДудь» выявить обусловленность результативного использования невербальных приемов в случае применения определенных стратегий и тактик ведения беседы.

Для изучения исторического аспекта и различных подходов к изучению невербального поведения были использованы работы: Нэппа М. и Холла Д. «Невербальное общение», Икслайна, Хесса и Давица «Передача эмоционального смысла», Бороздиной Г. В. «Психология делового общения», Горелова И. Н. «Невербальные компоненты коммуникации» и И. А. Ахьямовой «Основные подходы к исследованию невербального поведения: история и современность». Для определения смысла терминов и подходов к понятиям «невербальное поведение», «невербальное общение», «невербальные средства общения» - «Невербальное поведение» Лабунской В. А.

Также с помощью работы Горелова И. Н. «Невербальные компоненты коммуникации» удалось создать схему уровней анализа невербального поведения и выделить средства невербального общения. Для понимания, какими коммуникативными стратегиями и тактиками могут пользоваться интервьюер и интервьюируемый мы изучили статью Н. Н. Кошкаровой «Коммуникативные стратегии и тактики интервьюера и интервьюируемого в гармоничном дискурсе: специфика политического интервью», выделили стратегии и тактики. Для определения часто используемых коммуникативных стратегий и тактик были изучены виды этих тактик и стратегий, и проанализированы десять самых просматриваемых выпусков программы «вДудь».

Юрий Дудь возродил жанр портретного интервью, скорее даже, создал новый формат жанра. Прежде всего, «вДудь» отличается от аналогичных программ на эфирном телевидении искренностью и отсутствием цензуры.

Шоу «вДудь» стало популярным как из-за специфики задаваемых интервьюером вопросов и, порой, неожиданных ответов гостей, так и выбором тональности общения - последний является основополагающим в программе «вДудь». Невербальное и речевое поведение частично зависят от характера и типа задаваемых вопросов и места проведения интервью, частично взаимозависимы, частично обуславливаются изначальными отношениями Юрия Дудя к гостю, целями и задачами интервью.

В ходе исследования нами были отобраны следующие коммуникативные стратегии, гипотетически продуктивно используемые в интервью: стратегия сближения; стратегия демонстрации сдержанного отношения к собеседнику; стратегия отказа от предрассудков и условностей, которые одновременно являются средствами репрезентации толерантного диалога; стратегия умалчивания и избегания [6, 90 с.]. Коммуникативные тактики, продуктивно использованные в интервью: тактика просьбы; тактика уточнения; тактика извинения; тактика комплиментации [6, 90 с.].

Из всего означенного перечня в рассматриваемых интервью гости используют стратегию умалчивания и избегания в 27% случаях, а стратегию демонстрации сдержанного отношения в - 38%. Юрий выбирает стратегию сближения в 40% случаях, стратегию демонстрации сдержанного отношения в - 25% и стратегию отказа от предрассудков и условностей в - 30%. Формат «вДудя» предполагает «перебивки», и именно в них звучат самые провокационные вопросы. Дудь пользуется тактиками просьбы в 21% случаях, уточнения в - 21%, согласия в - 20% и извинения комплиментации в - 32%.

Ведущий невербально воздействует на своих собеседников, чаще всего используя следующие три невербальных вида общения: фонационный (паузы, интонации, тембр голоса); оптико-кинетический (мимика, жесты и позы); пространственно-временной (дистанция между собеседниками). Юрий всегда старается скопировать позу и жесты гостя, таким образом, давая тому (той) понять, что его (её) поведение, привычки одобрены собеседником. Также, по позам, жестам и мимике собеседников можно проследить их отношение к теме беседы.

Популярность «вДудь» повлияла на создание схожих проектов - «А поговорить?», «Осторожно Собчак», «The люди», «Ещёнепознер» и др.

За время своего существования - 3 года - авторское шоу «вДудь» зарекомендовало себя как эталон качества и достоверной проверенной, а главное актуальной и интересной для зрителя информацией. Сам Юрий Дудь носит звание «лучшего интервьюера страны», а его портретные интервью и документальные фильмы имеют широкий общественный

резонанс. Юрий Дудь успешно применяет стратегии и тактики невербального общения, располагает к себе и влияет на собеседника, добиваясь необходимых ответов и удерживая внимание, как гостя, так и зрителя в процессе всей беседы.

Источники и литература

- 1) 1. Бабушкина, М.А. Метакоммуникативная функция как разновидность прагматической функции языка. – Тамбов: Грамота. – 2016.
- 2) 2. Бабушкина М.А. Метакоммуникация как коммуникативная категория. Вестник Челябинского государственного педагогического университета. Челябинск, 2017.
- 3) 3. Багдасарова Н. А. Невербальные формы выражения эмоций в контексте разных культур: универсальное и национальное // Материалы межвузовского семинара по лингвострановедению. МГИМОМИД РФ, 2006. — М.: МГИМО-Университет, 2006.
- 4) 4. Бороздина Г. В. Психология делового общения. – М.: «Деловая книга», 1998.
- 5) 5. Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации. — М.: «Наука», 1980.
- 6) 6. Н. Н. Кошкарлова: Коммуникативные стратегии и тактики интервьюера и интервьюируемого в гармоничном дискурсе: специфика политического интервью – Ученые записки ЗабГГПУ, Чита. 2011.
- 7) 7. Лабунская В. А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). — Ростов-на-Дону: «Феникс», 1988.
- 8) 8. Трунов, Д.Г. Вербальная и невербальная метакоммуникация [Текст] / Д.Г. Трунов // Материалы II Международной конференции «Коммуникация: концептуальные и прикладные аспекты (Коммуникация – 2004)». 24-28 мая 2004 г. – Ростов н/Д: Изд-во ИУБиП, 2004.