

**Фреймова організація самопрезентації учасників телевізійного інтерв'ю***Роботу виконано на кафедрі англійської філології  
ЛНУ ім. І. Франка*

У статті йдеться про явище самопрезентації, котре досліджується з позицій фрейм-аналізу. На основі телевізійних інтерв'ю простежено, що поняття “фрейму” є одним із ключових для розуміння самопрезентації та аналізу мовних стратегій комунікантів.

**Ключові слова:** самопрезентація, фрейм самопрезентації, фрейм-аналіз, телевізійне інтерв'ю.

**Кузьмич Н. Я. Фреймовая организация самопрезентации участников телевизионного интервью.** В статье речь идет о явлении самопрезентации, которое изучается с позиции фрейм-анализа. На основе телевизионных интервью прослежено то, что понятие “фрейма” является одним из ключевых для понимания самопрезентации и анализа языковых стратегий коммуникантов.

**Ключевые слова:** самопрезентация, фрейм самопрезентации, фрейм-анализ, телевизионное интервью.

**Kuzmych N. Y. Frame Organization of Self-Presentation of Television Interview Participants.** The article examines the notion of self-presentation which is researched from the perspective of frame analysis. By drawing on TV interviews it was researched that the concept of “frame” is one of the major ones for understanding self-presentation and the analysis of speakers' speech strategies.

**Key words:** self-presentation, self-presentation frame, frame analysis, television interview.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Сучасні дослідження мови та мовлення характеризуються антропоцентричним спрямуванням. Кожна людина прагне визнання та схвалення, зображуючи себе в певному образі, із певними цінностями та характеристиками. Ключовим, проте не єдиним засобом досягнення цього результату є мовна оболонка людини. Саме тому лінгвістична парадигма звертається до інших гуманітарних наук, котрі допомагають у дослідженні широкого явища “самопрезентації” комуніканта. Когнітивні, психолінгвістичні та соціолінгвістичні теорії дають змогу заглибитись в особливості прагнень учасників комунікації зобразити себе у вигідному ракурсі.

**Метою** розвідки є виявлення фрейму самопрезентації та засобів його актуалізації у телевізійних інтерв'ю.

Комунікативна стратегія самопрезентації притаманна будь-якому виду спілкування та відображає демонстрацію особою своїх особистісних характеристик. Кожна людина намагається контролювати враження, яке вона справляє на інших. Серед сучасних напрямів, котрі вивчають самопрезентацію, домінують когнітивні та поведінково-орієнтовані підходи. Явище самопрезентації уже досить детально досліджене в межах соціальної психології (О. М. Капустюк [1]), але ще не чітко висвітлене лінгвістами.

**Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження.** У дослідженні ми використовуємо визначення самопрезентації, запропоноване Т. А. Кубрак: самопрезентація – це “процес презентації себе іншим, створення певного враження про себе, котре сприяє реалізації мети учасників певної комунікативної ситуації” [2, 186].

**Матеріалом** цієї розвідки слугували телеінтерв'ю із американського шоу Piers Morgan Tonight, CNN. Ми обрали два інтерв'ю П. Моргана із корифеями телевізійних інтерв'ю Опрою Вінфрі [7] та Ларрі Кінгом [8]. Протягом своєї багаторічної кар'єри ведучих вони провели блискучі інтерв'ю із сотнями відомих особистостей. Проте на Piers Morgan Tonight вони опиняються в ролі гостей. Залучаючи поняття “фрейм”, ми намагалися визначити особливості їхньої самопрезентації як особистостей та ведучих.

Незважаючи на широке поширення терміна “фрейм” у сучасних науках, особливо гуманітарних, його використання та визначення отримали багато трактувань. Проте всі вони об'єднані принципом співвіднесення об'єкта та середовища (контексту). Відомо, що частота вживання слова “фрейм” зростає понад 200 разів у середині 70-х років ХХ ст. У цей час опубліковано праці трьох вчених: соціолога І. Гоффмана [4], математика М. Мінського [5] та мовознавця Ч. Філмора [3]. У нашому дослідженні

ми використовуємо підхід до розуміння Фрейда, розроблений Памелою Морган [6]. П. Морган досліджує особливості фреймової організації поняття самопрезентації на матеріалі політичної промови. Дослідниця розглядає фрейми самопрезентації як «створені культурою елементи, які використовуються для створення «обличчя», котре розуміється як образ себе, який мовці намагаються спроектувати на своїх слухачів» [6, 276]. П. Морган наголошує, що для створення бажаного ефекту мовець залучає фрейми самопрезентації, котрі є традиційними, вкоріненими в культурі та суспільстві. В іншому випадку повідомлення, яке він хоче донести, не отримає «правильного» розуміння слухачів.

Проаналізувавши інтерв'ю із обома популярними телеведучими, ми виявили, що фрейм самопрезентації широко представлений на мовному та дискурсивному рівнях. Зокрема, він реалізується через згоду зі словами телеведучого, самоопис, звернення до власного досвіду телеведучого.

### ***I. Згода зі словами телеведучого***

Самопрезентація може бути представлена не лише прямо, а й опосередковано. Власне коли учасник комунікації у певній манері погоджується із позитивним описом ведучого, він тим самим створює враження про себе. До прикладу наведемо уривки із обох інтерв'ю.

*MORGAN: There are two people I would never swear in front of. One is her majesty the queen, and the other is Oprah Winfrey. You are the American queen.*

*WINFREY: Thank you for that.*

*MORGAN: It's my pleasure.*

*WINFREY: I'll accept that [7].*

Коли ведучий П. Морган називає Опру «американською королевою», у відповідь отримує подяку. Це свідчить про те, що комунікант абсолютно погоджується із такою характеристикою, що, на нашу думку, теж є елементом самопрезентації.

В інтерв'ю П. Морган із Л. Кінгом стратегія згоди ще більш яскраво виражена. Шоу Piers Morgan Tonight у 2011 році замінило багаторічне успішне шоу Larry King Live на CNN, тому П. Морган наголошує на багаторічному досвіді Л. Кінга та стверджує, що його не можливо замінити:

*MORGAN: OK. Well, the honest truth, Larry, is, you know how I feel? I actually feel incredible privilege and an honor that I am replacing you at CNN. I don't feel like I'm replacing you. You can't replace someone like you. And every day I do this my admiration for what you achieved grows. Because I've done 22 shows. I feel like I've been in a war zone.*

*And you did 7,000 shows in 25 years. And part of me, just the sheer stamina that you showed is awesome. I do. I feel a great sense of honor and a great sense of...*

*KING: Thank you.*

*MORGAN: And a great sense of, you know, like the legacy you've left, I carry with it a great responsibility to try and live up to the legacy that you left for me.*

*KING: I don't know what to say except thank you. I appreciate it [8].*

Ми бачимо, що компліменти ведучого з опорою на певні аксіологеми супроводжуються згодою гостей і можуть трактуватись як один із важливих елементів самопрезентаційної організації інтерв'ю.

### ***II. Самоопис***

До безпосередніх тактик самопрезентації можна віднести опис та характеристику, котра надається власне учасником комунікації про себе. Вони стосуються переважно походження («*Hey, I'm from Brooklyn. If you're from Brooklyn, sports matter.*» [8]), міжособистісних стосунків («*I like romance. I like – I like love. I like to get a gift that surprises – I don't like to receive a gift but I like to give the gift.*» [8]), цінностей («*I'm really, really, really keen on the energy that you bring into my space, whether it's my home or my work environment, really, really keen. I don't go for shouters.*» [7]), особистих якостей («*I've always had a lot of stamina.*» [8]; «*at the core of me I am a teacher.*» [7]; «*I think the way I live my life is if it's supposed to happen, it will happen.*» [7]; «*I'm the love and connection brand. That's what I am.*» [7]).

Самопрезентація через самоопис є типовою тактикою, котра актуалізується передусім за допомогою особових займенників. Вона дуже важлива для аналізу багатогранного явища самопрезентації, оскільки самоопис є, по суті, зовнішньою оболонкою, котру людина бажає презентувати.

### ***III. Звернення до власного досвіду телеведучого***

Ведучий CNN П. Морган молодший від Л. Кінга та О. Вінфрі не лише за віком, а й за досвідом проведення інтерв'ю. Він сприймає їх як кумирів та віддає їм належне. У розмові із Л. Кінгом П. Морган порівнює його із Френком Сінатрою і говорить, що так само, як неможливо наслідувати Сінатру, неможливо наслідувати й Кінга: *"I have spent the last few months saying following you is like following Frank Sinatra... You can't follow Sinatra"* [8].

Учасники інтерв'ю у свою чергу не можуть не згадувати свій багаторічний досвід проведення інтерв'ю. Вони описують ставлення до своєї роботи (*"KING: I never thought about ratings, good or bad, I did the best show I could do."*), наголошують на своєму багатому досвіді (*"KING: It's going to be hard to leave. When you're here 30 years."*; *"KING: I miss asking questions. I miss interviewing. When an Egypt happens or a Libya, I miss that."*; *"WINFREY: And look at all the guests I've had."*), описують свою унікальну манеру роботи (*"KING: I just felt that I had a role as an interviewer and my role was – I had simple rules. I leave myself out of it. I never used the word I, don't give an opinion. I'm a conduit to the audience, ask short questions, try to keep the show moving and be relevant, and be interesting, and be entertaining at the same time."*; *"WINFREY: That's what all of those years of non-therapy, but paying attention to the guests on the show, the way they live their lives, what the experts had to say, what I've learned from paying attention."*), дають оцінку своїй роботі у ролі телеведучого (*"KING: I was very proud of what I did in the last year and the first year."*).

Окрім цього, у цих двох інтерв'ю із популярними американськими телеведучими можна спостерігати порушення загального фрейму проведення інтерв'ю. Учасникам комунікації не притаманно аналізувати та давати оцінку запитанням ведучого. О. Вінфрі та Л. Кінг дозволяють собі відхилитися від основного фрейму для того, щоб прокоментувати саме запитання або, частіше, його формулювання.

Коли П. Морган запитує О. Вінфрі про те, скільки разів вона по-справжньому кохала, Опра спочатку аналізує формулювання цього запитання, висловлюючи копмлімент ведучому, а потім уже відповідає.

*MORGAN: How many times have you been properly in love?*

*WINFREY: Boy, you're good. You are good.*

*MORGAN: Thank you.*

*WINFREY: I'm not just trying to flatter you. That's good. That's good. That's good.*

*MORGAN: You have raised –*

*WINFREY: That's a good question. You know what's good about it? "Properly."*

Знаючи про всі особливості та хитрощі ремесла ведучого, О. Вінфрі також відразу дає зрозуміти П. Моргану, що він не зможе отримати від неї відповіді на певні запитання. От як у випадку із запитанням стосовно можливого одруження Опри:

*MORGAN: So if you're going to share all this love – I mean, you and Stedman, you were engaged. You never got married. You think that it wouldn't have worked.*

*WINFREY: You're wasting your time on this Stedman thing, but go ahead.*

*MORGAN: No, I'm not. It's just fascinating.*

*WINFREY: OK, go ahead.*

*MORGAN: I love the Stedman thing.*

*WINFREY: OK, go ahead.*

*MORGAN: He's the most important guy in your life.*

*WINFREY: OK, well go ahead.*

Не типовим для звичайного фрейму інтерв'ю є також наступний уривок, у якому ведучий П. Морган запитує Л. Кінга про те, як він почувається у ролі гостя:

*MORGAN: Does it feel weird being on that side of the desk?*

*KING: A little.*

*MORGAN: Is it?*

*KING: Yes. Well, it's not my set. It's a beautiful set, by the way.*

*MORGAN: Do you like it?*

*KING: Yes. It was weird coming in here tonight.*

*MORGAN: It must have been.*

*KING: It's my corner, you know, Larry King square, it was nice look it's still there.*

**Висновки.** Ці інтерв'ю виявилися багатогранними для аналізу з позиції фрейму самопрезентації. У них поєдналося бажання популярних ведучих презентувати себе не лише як гостей шоу, а й уплинути на загальний дискурс через свій авторитет у жанрі інтерв'ю. Згоду зі словами ведучого, самоопис та звернення до попереднього професійного досвіду комуніканти найчастіше залучали для створення позитивної самопрезентації.

**Перспективи подальших досліджень.** Перспективним є комплексний аналіз інтерв'ю з особами із різних сфер соціального та культурного життя, виділення домінантних фреймів та їхнє порівняння.

#### *Література*

1. Капустюк О. М. Самопрезентація як засіб створення позитивного іміджу особистості : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Капустюк Олена Миколаївна ; АПН України ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка. – К., 2007. – 19 с.
2. Ситуационная и личностная детерминация дискурса / под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. – М. : Изд-во “Ин-т психологии РАН”, 2007. – 384 с.
3. Fillmore Ch. Frame semantics and the nature of language (1976) / Ch. Fillmore // Annals of the New York Academy of Sciences: Conference on the Origin and Development of Language and Speech. Volume 280: 20–32.
4. Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience / Erving Goffman. – Cambridge Mass. : Harvard University Press, 1974. – 586 p.
5. Minsky M. A Framework for Representing Knowledge. The Psychology of Computer Vision, P. H. Winston (ed.), McGraw-Hill 1975 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://courses.media.mit.edu/2004spring/mas966/Minsky%201974%20Framework%20for%20knowledge.pdf>
6. Morgan P. S. Self-presentation in a speech of Newt Gingrich 1997 / P. S. Morgan // Journal of Pragmatics. – 7(3). – P. 275–308 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.elanguage.net/journals/index.php/pragmatics/article/viewArticle/244>
7. PIERS MORGAN TONIGHT, CNN. Interview With Oprah Winfrey [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1101/23/pmt.01.html>
8. PIERS MORGAN TONIGHT, CNN. Interview With Larry King [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/1102/23/pmt.01.html>

Статтю подано до редколегії  
31.03.2011 р.