

**Албена ДОБРЕВА**

Медицински университет „Проф. д-р П. Стоянов“

Варна, България

albena.dobreva@mu-varna.bg

## **РОЛЯТА НА КОМУНИКАТИВНИТЕ ТАКТИКИ ОТКЛОНЯВАНЕ И ПРОТИВОПОСТАВЯНЕ В ИЗВЪНРЕДНИТЕ БРИФИНГИ**

**Albena DOBREVA**

Prof. Dr. P. Stoyanov Medical University

Varna, Bulgaria

albena.dobreva@mu-varna.bg

## **THE ROLE OF COMMUNICATIVE TACTICS OF *DIVERSION* AND *OPPOSITION* IN EXTRAORDINARY BRIEFINGS**

*The study examines the specifics of speech utterances, speech strategies, and the features of lexical and grammatical constructions in the speech of physicians reporting health news, forecasts, epidemiological information and data. The article analyzes the ways of communicating good and bad news on TV, as well as the role of communication tactics.*

**Keywords:** *speech tactics, good and bad news, briefing*

В представеното изследване се проследяват устните изказвания на медицински специалисти, свързани с разрешаване на проблем пред медии и неспециалисти. Обект на доклада са устните изказвания на политици с медицинско образование, с цел съобщаване на добра или на лоша новина. Предмет на проучването е въздействието на речевите стратегии и тактики на говорещите медици в брифинг изказване. Целта на доклада е да се анализират и систематизират комуникативните стратегии и тактики при съобщаване на здравен проблем в брифинг изказване. За да се постигне целта, са решени следните задачи:

- ◆ Подбор на видеозаписи от брифинги по българските телевизии БНТ, БТВ и Нова телевизия.
- ◆ Анализ на изказванията на членовете на Националния оперативен щаб.
- ◆ Систематизиране на добрите и лошите практики.

**Брифингът** като жанр принадлежи към информационно-публицистичните, т.е. забелязва се открит трансфер на информация, на официалната гледна точка на управляващия орган, за събитие или за социално значимо явление, пред специално поканени журналисти. Може да има закрит характер, без излъчвания на живо, обикновено въпроси не се задават. Формата на изразяване и реализация е монологът, който (в изследвания брифинг) много често преминава в диалог. Монологичните жанрове са относително малко, поради трудността да се задържи вниманието на публиката от един човек. Най-зрелищният жанр, от информационните, е репортажът, тъй като той непременно е придружен от видеопоредица.

Структурата на извънредните брифинги е по-особена. Представителите на властта са минимум трима. Брифингът започва с поздрав към присъстващите журналисти и към аудиторията от началника на Националния оперативен щаб (НОЩ) или от министъра на здравеопазването, след това се съобщава статистиката със заразени, активни случаи, хоспитализирани, излекувани, починали. Третата част на извънредния брифинг е отговори на въпроси от журналистите.

*Таблица 1. Структурно-семантична характеристика на извънредния брифинг*

Структурни части	Компоненти	Субкомпоненти	Процентно съотношение
Въвеждаща	Поздрав, представяне на проблема	Поздрав към аудиторията, представяне на щаба.	35%
Основна	Обсъждане на проблема	Статистика, сравнение.	42%
Заклучителна	Обобщаване и инструктиране на аудиторията.	Отговори на въпроси, резюмиране, примери, напомняне	23%

В представения доклад са разгледани 50 брифинга на НОЩ, които са излъчвани едновременно по трите най-популярни български телевизии: БНТ, БТВ и НОВА ТВ. Речевите изяви на членовете на НОЩ са анализирани в момента на излъчването на брифинга. Тези изказвания присъстват в онлайн архива на сайтовете на посочените телевизии. Активното събиране на материала за това проучване започна през март 2020 г. и продължи до октомври 2020 г. Наблюдаваните изказвания са събирани и селектирани чрез ръчно записване, докато се слуша самото брифинг говорене. Социален статус на основните информатори: И1, В. М., 56-годишен, роден в гр. Дупница, висше медицинско образование, хирург, професор, генерал-майор; И2, К. А., 65-годишен, роден

в София, висше икономическо образование, министър на здравеопазването; ИЗ, К. А., 43-годишен, роден в гр. Нова Загора, висше медицинско и висше икономическо образование, хирург, професор, министър на здравеопазването. В ексцерпираниите по-долу текстове информаторите са посочени с техните имена, тъй като във втория етап на нашето изследване те са вече познати лица за аудиторията, а и видеото и темите са достъпни за слушателите и зрителите. Акцентът на нашия лингвистичен интерес пада върху комуникатора като председател на НОЩ, който е медицинско лице по образование, но заема държавна длъжност и е с политическа принадлежност.

*Таблица 2. Лингвистичен анализ на говорните изяви на информаторите по време на брифинг*

Лингвистични особености	Информатор 1	Информатор 2	Информатор 3
<b>Фонетични синкопи; елизия</b>	//ф нашта страна са регистрирани// //фсъщнос //	Елизия // възможнос / че не сме във извънредно положение//	Синкопа //т`ва н`ама логика// заетос// Редукция при артикулиране на гласната о //габрово//
<b>Граматични, синтактични</b>	Инверсии в словореда	Първо лице мн. число	Включване на пояснения
<b>Паралингвистика</b>	Бавно темпо; нормална интонация	Бавно темпо, нормална интонация	Бавно темпо, нормална интонация, внимателно говорене
<b>Лексика</b>	//бройка// вм. //огромен брой новозаразени//	Без терминология	Достъпна лексика, разбираема за аудиторията

Основните фонетични особености в речевите изяви на тримата информатори са синкопи, елизия и редукция. Информаторите са с висока степен на образованост. Двама от тях са представители на западнобългарските диалекти. Всички живеят постоянно в София, но не се откриват диалектни отклонения в монологичното им изказване. От синтактичните особености се забелязва *инверсия* в словореда, особено при повторение на информацията. В говорните изяви на единия информатор се наблюдава включване на пояснения на съобщените факти или новини. Паралингвистиката показва, че информаторите притежават умения за публично говорене – спокоен тон, бавно, плавно темпо, нормална, равна интонация, паузи между сегментите. Лексиката е достъпна до широката аудитория, термините се обясняват допълнително. След анализа на 50 видеозаписа се наблюдават 5 основни компонента: *поздрав, представяне на проблема, дискутиране на темата, обобщаване на темата и инструктиране*

на аудиторията. В някои брифингите се забелязват субкомпоненти като *специален поздрав към аудиторията, представяне на щаба, сравнение на статистики, посочване на допълнителни примери и напомняне на забраните*. С цел онагледяване на нашите наблюдения ще представим по-подробно примерите от трите части на брифинга: при поздрава – *здравейте, добро утро, добър ден, добре дошли*. Най-честотният поздрав е *здравейте* и след това субкомпонента *представяне на щаба*. При поставяне на проблема, темата се споменава с ключово изречение, прави се обзор на ситуацията: *Добро утро на всички! Навлизаме в доста сериозна фаза с епидемията в нашата страна*. Структурата на основната част се свързва с въвеждащата част, посредством субкомпонента *представяне на членове на НОЩ: Малко по-късно доц. Кунчев ще ви представи по-детайлна информация и сравнение със страните от Европа*<sup>1</sup>.

*Таблица 3. Комуникативни стратегии и тактики при обсъждане на темата*

Главни стратегии	Основни стратегии	Тактики	Комуникативно-речеве особености
Убеждаване, привличане на вниманието	Самопрезентация, аргументация	Призив за допълнителна информация, отклоняване и противопоставяне	Повторения, молби, предложение, превключване на темата

При употребата на стратегията *убеждаване* често се използва тактиката *привличане на слушателя в диалога*, така журналистът или слушателят се подтиква към размисъл (Иссерес 2008: 288). Тази тактика се наблюдава често в жанра извънреден брифинг, особено при диалогизация на монологическата реч. Журналистите предпочитат да се обръщат към началника на щаба, да провеждат лична беседа, а не са склонни към публична дискусия. При използване на стратегията *убеждаване* и тактиката *отклоняване* се забелязват повторения, изразени чрез плеоназъм, тавтология и перифраза. *Категорично не говорим за разхлабване на мерки. Разхлабване на мерки – няма. Да, мислим по темата за наргилетата. Наргилетата имат накрайник...*<sup>2</sup>

Стратегията *убеждаване* е тясно свързана със стратегията *аргументиране*, в частта *обсъждане на проблема, на ситуацията*. Най-важният критерий за ефективността на аргументацията е очакваното съгласие на обществеността с аргументите и мненията на специалистите, с помощта на въпросно-отговорни конструкции. *Въпросът, който поставяте, Налагат ли се РСР тестовете? Не, не се налагат никакви изследвания*<sup>3</sup>. Тактиката *отклоняване*

<sup>1</sup> проф. Ангелов, БНТ, 20.10. 2020 г.

<sup>2</sup> проф. Ангелов, БНТ, 15.10.2020 г.

<sup>3</sup> проф. Ангелов, Нова, 4.08.2020 г.

на отговора (*хеджиране*) се използва с цел да се понижи напрежението на аудиторията. Хеджирането е преди всичко „риторична стратегия“ (Fraser 2007: 1). „Чрез включване на изявление с определен термин, избор на определена структура или придаване на изявлението на определена интонация, ораторът демонстрира своята частична или пълна откъснатост от самия обект или от илокуционната сила на собственото си изявление“. С други думи, хеджирането е умишлено отслабване на илокутивната сила на изказването, без което може да звучи неучтиво, прекалено емоционално или дори агресивно (Fraser 2007: 15). Способите са различни: с друг въпрос, прекратяване на въпросите и прекратяване на брифинга. Журналист: *В старческия дом в Орешак – служителите или обитателите са заразени? Ген. Мутафчийски: Направи ли Ви впечатление в заповедта – не се позволява свиждане в болниците?*<sup>4</sup> *Следващ въпрос! Благодаря Ви! Лек ден!*

Тактиката на противопоставянето се основава на метода за обвинението, чрез употребата на отрицателни конотации. Статистиката и опитът също се използват като аргументи. Доц. Кунчев: *Правите ли разлика между заразени и болни? Ами тук да не работят идиоти?!* (говори с висок тон, силен тембър, без паузи).

Според социолингвистичната характеристика пол – мъжете комуникатори, с цел езикова икономия, избягват вербален поздрав при установяване на контакт. Националният оперативен щаб включва изцяло мъжки състав. Прави впечатление, че повечето от тях предпочитат невербалните сигнали, мълчание, съобщаване на факти и др. При планиране на комуникация мъжете съобщават за предстоящото им общуване. При поддържане на контакта мъжете използват огледалния образ на събеседника – относно темп, ритъм, тон.

Емотивната функция на езика се реализира в жанра *брифинг* чрез използването на емоционално оцветена лексика в речта, в случая с помощта на междуметията. Съществува мнение, че междуметията са на границата между вербалната и невербалната комуникация (Гетте 2007: 5), която определя тяхното периферно положение в езика. Според лингвистите можем да ги обединим в следните групи (Гетте 2007: 7):

◆ удължаване на звука, последователност на речевия сигнал (*е-тези мерки*);

◆ вокализация (*хм, ммм, ааа, еее, тътъ*);

◆ паразитни думи (*сега, така, значи, вижте*);

◆ метатекстови коментари, въвеждащи конструкции (*както вече знаете, сигурно вече сте чули*);

◆ повторения (*Преди да кажем числата за днес. Това са сухи цифри.*);

◆ стереотипни изрази (*За Бога! С нас да е Господ и Природата!*);

◆ невербални запълвания (*покашляне, цъкване с език* и др.).

<sup>4</sup> ген. Мутафчийски, БТВ, 23. 04. 2020 г.

**Таблица 4.** *Емотивни междуметия и паразитни думи в 50 видеозаписа*

Одобрение, съгласие	Неодобрение, несъгласие	Съмнение
Така (16) Аха (16)	Ъъъ (13) Да, но ...(14)	Хм (18) Не би...(13)

В таблица 4. е направено обобщение в проценти на участието на междуметията в речта на медицинските специалисти.

В заключение трябва да обобщим, че хеджирането и противопоставянето в медийния дискурс са мощни инструменти за въздействие върху публиката и помага на говорещия да приложи тактиката си – да накара слушателя да се съгласи, да приеме неговата гледна точка и често да го манипулира. Компетентното използване на инструментите за хеджиране, в медийния дискурс, дава на комуникатора значително предимство пред онези, които са смели в изразите си.

#### ЛИТЕРАТУРА / BIBLIOGRAPHY

**Гетте 2004:** Гетте, Е. Ю. *Речевое поведение в гендерном аспекте: проблемы теории и методики описания*. Воронеж, с. 5. // **Gette 2004:** Gette, E. Yu. *Rechevoye povedeniye v gendernom aspekte: problemy teorii i metodiki opisaniya*. Voronezh, s. 5.

**Иссерес 2008:** Иссерес, О. С. *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Изд. 5-е. М.: Издательство ЛКИ, с. 288 // **Isseres 2008:** Issers O. S. *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi*. Izd. 5-ye. M.: Izdatel'stvo LKI, s. 288.

**Коровина 2019:** Коровина, Е. В. Пресс конференция и презентации как интерактивный компонент профессиональной подготовки специалиста. – В: *II Интерактивные технологии обучения: современные перспективы*. Вестник НГТУ имени Р. Е. Алексеева. Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии, Н. Новгород // **Korovina 2019:** Korovina, YE. V. Press konferentsiya i prezentatsii kak interaktivnyy komponent profesional'noy podgotovki spetsialista. – V: *II Interaktivnyye tekhnologii obucheniya: sovremennyye per'spektivy*. Vestnik NGTU imeni R. YE. Alekseyeva. Upravleniye v sotsial'nykh sistemakh. Kommunikativnyye tekhnologii, N. Novgorod.

**Fraser 2007:** Fraser, B. Forthcoming. A brief history of hedging. In: *Vagueness in Language*, Stefan Schneider (ed.). Bingley: Emerald Publishing, 2007, p. 15

www. Btv.bg  
www. Bnt.bg  
www. Nova.bg