

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

**РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ УЧАСТНИКОВ ИНТЕРВЬЮ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПРОГРАММ «ПОЗНЕР» И «СОБЧАК ЖИВЬЕМ»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 412 группы
направления подготовки 45.03.01 – Филология
профиль «Отечественная филология (Русский язык и литература)»
Института филологии и журналистики

Рогожиной Елены Игоревны

Научный руководитель
к.ф.н., доцент



Ю.В. Каменская

Зав. кафедрой
д.ф.н., профессор



О.Ю. Крючкова

Саратов 2018 год

ВВЕДЕНИЕ

В последние несколько десятилетий в лингвистике растет интерес к исследованиям в области массмедийного дискурса, поскольку СМИ ежедневно оказывают влияние, как на отдельного человека, так и на различные общественные сферы жизни. Одним из массмедийных жанров является телевизионное интервью, характеризующееся элементами спонтанности и естественности, а также многообразием используемых языковых средств. Этим объясняется **актуальность** данного исследования.

Объектом исследования является речь участников телеинтервью.

Цель исследования заключается в выявлении речевых стратегий и тактик, используемых интервьюерами и интервьюируемыми в программах «Познер» и «Собчак живьем».

Задачи исследования:

1. Охарактеризовать телеинтервью как речевой жанр
2. Определить специфику выбранных программ в качестве материала для исследования
3. Рассмотреть классификации речевых стратегий и тактик, характерных для интервью
4. Выявить и прокомментировать речевые стратегии и тактики, а также входящие в них языковые приемы, используемые интервьюерами

Материалом для исследования послужили 48 выпусков программ «Познер» и «Собчак живьем», размещенных на официальном сайте первого канала www.1tv.ru и сайте телеканала «Дождь» tvrain.ru

В работе использовались следующие **методы исследования**: метод наблюдения, описательный, сопоставительный, контрастивный метод, контекстуально-семантический анализ и прагматический метод.

Теоретическую базу исследования составили положения ряда научных направлений:

– коммуникативной лингвистики [Серль, Остин: 1986; DijkT.A. van: 1977 Стернин, 1995, 2000; Бахтин, 1979; Грайс: 1985; Дементьев, 1995,1999; Седов, 1999, Верещагин, Костомаров, 1990; Иссерс:1999; Головаш:2008]

- исследования диалога [Бахтин:1929; Галкина-Федорук:1953; Винокур:1953; Борисова:1956, Шведова:1956; Арутюнова:1992].

- изучение жанра интервью [Васильева:1990; Голанова:1996; Ковригина:2010 Стрельникова:2005; Плотникова:2007]

Апробация работы. Положения работы представлены в 5 публикациях, а также освещались в докладах на научных конференциях «Филология и журналистика в XXI веке» (2017-2018 гг.), «Наука и общество: проблемы современных гуманитарных исследований» (2016-2017 гг.), «Когнитивные и социокультурные аспекты изучения языка» (2017 г.).

Практическая значимость работы заключается в возможности использования ее результатов для дальнейшего изучения речевых тактик и языковых приемов в интервью, а также применения их на практике в работе журналиста-интервьюера.

Структура работы: введение, теоретическая глава, две практические главы, заключение, приложение.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В **Главе 1** был рассмотрен жанр телеинтервью как объект изучения вышедшей из направления коммуникативной лингвистики теории речевых жанров. Телеинтервью было определено к группе вторичных жанров, так как оно создано искусственно в сфере средств массовой информации, а по своей структуре является сложным, в связи с тем, что сочетает в себе простые жанры (приветствие, комплимент, извинение, прощание и др.). По коммуникативной цели телеинтервью – информативный жанр. В отличие от печатного интервью, телеинтервью представляет собой публичный диалог, приближенный к естественной речи, может отражать взаимоотношения

интервьюера и гостя и позволяет раскрыться не только интервьюируемому, но и самому журналисту. В связи с этим роль и задачи интервьюера увеличиваются, что обуславливает обращение внимания исследователей на речь журналистов и речевые стратегии и тактики.

Был проведен анализ существующих классификаций речевых стратегий и тактик, который показал, что для жанра телеинтервью нет классификации, учитывающей все особенности ведения интервью журналистом и речевое поведение гостей программ. Каждый исследователь рассматривал речевое воздействие в интервью, опираясь на отдельные аспекты и игнорируя другие. Так, О.А. Плотникова [Плотникова:2007] рассматривала в своих работах речевые стратегии и тактики, которые относятся либо к контролю диалогического взаимодействия, либо к провокации как средству для создания интервью-портрета «антигероя». При этом более углубленно речевую тактику уклонения, относящуюся к речевой стратегии «Контроль над темой» в своих работах отразили Лу Тинтин [Тинтин:2016] и Л.Б. Головаш [Головаш:2008]. Стратегия самопрезентации, являющаяся основной в речи интервьюируемых и не менее важной в речи современных интервьюеров, отразилась в работах Е.А. Ковригиной [Ковригина:2010] и Ю.В. Сорокиной [Сорокина:2014].

В связи с этим возникает необходимость создать новую классификацию с учетом речевых особенностей интервьюеров и интервьюируемых на материале современных программ-телеинтервью.

В Главе **«Стратегии и тактики интервьюеров»** были охарактеризованы программы «Познер» и «Собчак живьем», проанализирована речь интервьюеров программ – Владимира Познера и Ксении Собчак. Была создана классификация речевых стратегий и тактик в интервьюеров, в которой выделено четыре основные *стратегии*: РС «Контроль над темой», РС «Контроль над манерой общения», РС «Провокация» и РС «Самопрезентация».

| | | |
|--|--|--|
| Стратегии диалогического взаимодействия | РС «Контроль над темой» | РС «Контроль над манерой общения» |
| | РТ ввода /навязывания темы РТ сохранения/ удержания темы, РТ уклонения/ отказа от темы | «Гармонизирующая» РТ «Провоцирующая» РТ |
| РС «Провокация» | РТ «Прямое обвинение», РТ «Косвенное обвинение», РТ «Ирония», РТ «Наведение темы», РТ «Принуждение», РТ «Не бойся» | |
| РС «Самопрезентация» | Прямая самопрезентация Акциональная самопрезентация РТ оправдания | Косвенная самопрезентация РС заискивания (РТ демонстрации своего благоприятного отношения) РТ выражения интереса, РТ очерчивания круга свои-чужие |

В рамках РС «Контроль над темой» Ксения Собчак часто пытается вернуть инициативу в свои руки, перебивает, резко меняет тему разговора, замечает, когда гость ушел от ответа, в то время как Владимир Познер пытается использовать свои речевые приемы «на опережение» – он готовится к тому, что гость, склонный уходить от вопросов в интервью, может попытаться ответить уклончиво, поэтому старается это предотвратить. Если гость уходит от ответа, он выдерживает паузу, давая обратить внимание на это телезрителю.

Ксения Собчак довольно часто просит обращаться в интервью к гостю «на ты», если она близко с ним знакома («Контроль над манерой общения»), Владимир Познер же может упомянуть о том, что в обычной жизни он дружит со своим гостем, но в программе придерживается официального обращения, он также стремится создать комфортное положение для иностранного гостя, предлагая ему говорить на родном языке.

Ведущими тактиками в рамках стратегии провокации в интервью являются прямое и косвенное обвинение и ирония, наряду с ними, применяются «Принуждение», «Наведение темы», «Эксплицирование иронии», «Свои – чужие». В речи Ксении Собчак провокация имеет более эксплицированный характер, поэтому при использовании с известными личностями, профессионалами в области журналистики, такими, например, как Гордон, чаще является неудачной. Активное использование провокации в речи ведущей объясняется ее языковой личностью, темпераментом, форматом программы – в большей степени проблемного интервью. Познер использует провокацию значительно реже, чаще она представляет собой косвенное обвинение – то есть цитацию третьих лиц (из рубрики voxpop) или высказывания авторитетных людей. Прямое обвинение в речи Познера является вынужденной мерой. Тактика иронии им чаще используется при создании положительной атмосферы, а не в рамках стратегии провокации.

Стратегия самопрезентации занимает важное место в речи интервьюеров. Владимир Познер в большей степени использует акциональную стратегию, ссылается на свой богатый жизненный опыт, что не только помогает наладить контакт с интервьюируемым, но и рождает интерес у телезрителей. Ксения Собчак же настроена в большей степени на установление благоприятного отношения с гостями для раскрытия их как личностей, поэтому чаще использует стратегию заискивания.

В 3 Главе «Стратегии и тактики интервьюируемых» были охарактеризованы речевые стратегии и тактики гостей программ. Было выделено 5 речевых стратегий (РС самопродвижения, РС заискивания, РС экзemplификации, РС контроля над темой и РС провокации) в рамках коммуникативной стратегии самопрезентации, так как общая установка интервьюируемых – создать в интервью положительный образ своей персоны.

| <i>Коммуникативная стратегия самопрезентации</i> | | |
|--|--------------------------------|---|
| Убеждающие стратегии, или прямые | РС самопродвижения | РТ остранения, или дефокусации РТ обособленности от объектов критики РТ апелляции к авторитету РТ самоумаления РТ демонстрации успехов РТ демонстрации амбиций |
| | РС заискивания | РТ демонстрации своего благоприятного отношения РТ очерчивания круга свои-чужие |
| | РС экземплификации | |
| Вспомогательные стратегии | РС «Контроль над темой» | Тактика уклонения от ответа |
| | РС провокации | РТ «Прямое обвинение», РТ «Ирония» |

Анализируя стратегии, тактики и приемы, используемые интервьюируемыми в разных телепрограммах, можно утверждать, что некоторые из них являются составляющими имиджа гостя и будут наблюдаться в беседах с обоими интервьюерами. (РС заискивания, применяемая Алексеем Венедиктовым, прием обобщение в рамках РС уклонения у Бориса Гребенщикова). В то же время можно вычленить РС, реализуемые только с одним из интервьюеров. РС самоумаления и заискивания Евгений Гришковец использует только с Владимиром Познером. Александр Гордон, напротив, использовал прием «Встречный вопрос» в рамках тактики уклонения от ответа и тактику удержания темы в РС «Контроль над темой» исключительно в беседе с Ксенией Собчак. Провокация в речи гостей встречается крайне редко и, как правило, обусловлена ситуацией в разговоре. Поэтому можно говорить о том, что

большую роль в выборе тактических приемов интервьюируемых играет речевое поведение и личность интервьюера, отношение к этой личности, а также несовпадение информационных намерений журналиста с информационными целями собеседника.

В **Заключении** были сформулированы основные выводы по результатам исследования.

В результате работы было выявлено, что возросшая роль журналиста в процессе телеинтервью отразилась на речевом поведении участников интервью. Анализ существующих классификаций РС и РТ показал, что для исследований этого жанра необходимо создать новую классификацию с учетом речевых особенностей интервьюеров и интервьюируемых на материале современных программ-телеинтервью.

В речи интервьюеров было выделено четыре основные *стратегии*: РС «Контроль над темой», РС «Контроль над манерой общения», РС «Провокация» и РС «Самопрезентация».

Ксения Собчак в большей степени использовала эксплицированные приемы (пыталась вернуть инициативу в свои руки, перебивала и резко меняла тему разговора, замечала, когда гость ушел от ответа). Ведущая нередко «навязывала» манеру общения, привычную ей, просила обращаться к гостю «на ты», если и в обычной жизни практиковалось такое общение. Особое место в речи Ксении Собчак занимает провокация, использование которой не всегда можно назвать удачным. Самопрезентация встречается в речи ведущей не очень часто, данная стратегия настроена скорее на установление благоприятных отношений с гостями.

Анализ речевых стратегий и тактик Владимира Познера свидетельствует об опытности интервьюера. Журналист применяет речевые приемы «на опережение», использует паузы, давая обратить внимание на это телезрителю. В целом можно говорить о так называемом диалоге между интервьюером и телезрителем. Несмотря на то, что Владимир Познер довольно строго придерживается темы в своих интервью, следит за логикой

беседы, речевое поведение журналиста более приближено к свободному диалогу и не напоминает допрос (в отличие от некоторых интервью с Ксенией Собчак). Владимир Познер упоминает в интервью о фактах из своей личной жизни, что способствует созданию комфортной для гостя атмосферы. Провокация в речи Владимира Познера используется чаще в качестве косвенного обвинения – то есть цитация третьих лиц (из рубрики voxpop) или высказывания авторитетных людей. Это дает возможность объясниться его гостю, а не отражать неприятный вопрос. Прямое обвинение в речи журналиста – вынужденная мера. Для создания положительной атмосферы используется и тактика иронии.

В речи гостей программ было выделено 5 речевых стратегий (РС самопродвижения, РС заискивания, РС экземплификации, РС контроля над темой и РС провокации) в рамках коммуникативной стратегии самопрезентации, так как общая установка интервьюируемых – создать в интервью положительный образ своей персоны. Было отмечено, что в речи таких гостей, как Александр Гордон, Алексей Венедиктов, Борис Гребенщиков, Андрей Звягинцев чаще встречаются РС и РТ самопрезентации. Это творческие личности, которые регулярно появляются на телевидении и следят за своим имиджем, который не лишен скандальности. Тем не менее, с каждым интервьюером гости выбирают свою стратегию речевого поведения в интервью. Если с Ксенией Собчак Александр Гордон, и Алла Пугачева говорят на «ты», позволяют себе критику в сторону интервьюера, перехватывают инициативу, то с Владимиром Познером все гости ведут себя довольно сдержанно. Это объясняется и разницей в возрасте и опыте интервьюеров, особенности их личностей, а также в разнице телеканалов, на которых выходит программа.

Созданные классификации речевых стратегий и тактик могут быть применимы для анализа других интервью, а также расширены в зависимости от особенностей материала. Так, набор речевых стратегий и тактик можно пополнить аргументативной стратегией, характерной для проблемного

интервью. Отметим также, что жанр интервью продолжает развиваться, в настоящее время популярностью пользуется жанр интернет-интервью, который становится материалом для лингвистических исследований.