

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; Dijk T.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 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.

<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.