

# ДИАЛОГОВОЕ ТЕЛЕИНТЕРВЬЮ КАК РЕЧЕВОЙ ЖАНР: КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ ВЕДУЩИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ НОВОСТНЫХ ВЫПУСКОВ

La entrevista como género discursivo: tácticas comunicativas de los presentadores de televisión en los programas informativos

Dialogue interview as speech genre: TV presenters'  
communicative tactics in the news

*Данченко, Анна Александровна*  
*Казахский национальный университет им. аль-Фараби,*  
*Алматы (Казахстан)*

Anna Danchenko  
Universidad Nacional Kazaja "Al-Farabi",  
Almaty (Kazakhstan)

ISSN: 1698-322X ISSN INTERNET: 2340-8146

Fecha de recepción: 08.11.2014

Fecha de evaluación: 15.11.2014

*Cuadernos de Rusística Española n° 10 (2014), 55 - 70*

## ABSTRACT

The paper is devoted to the analysis of communicative strategies and tactics of television interviews as a part of news program in Russian language. The approach to the interview is grounded because it has proliferated in recent years, as a variety of informational dialogue. The speech genre of dialogue interview has its own characteristic features. Drawing on the work of many scientists, identified and described the types of communicative moves that realize main strategies of the journalist and interviewee's conversational behavior. Specific examples of the implementation of communication strategies and tactics are shown on a material of news releases in Kazakh republican channel "Channel 31". The texts are taken in the period from January 2013 to October 2014. Choice is due to the presence of the brightest and most meaningful dialogue.

*Keywords:* dialogue interview; genre of speech communication; communicative tactics; speech strategies; the interviewer; the news.

## РЕЗЮМЕ

Статья посвящена анализу коммуникативных стратегий и тактик ведения телевизионного интервью как части информационного выпуска новостей на русском языке. Обосновывается подход к интервью, получивший широкое распространение в последнее время как разновидности информационного диалога. Речевой жанр диалогового интервью представлен как имеющий свои характерные признаки. Выделены и описаны типы коммуникативных ходов, реализующие основные стратегии речевого поведения журналиста и интервьюируемого. Реализация коммуникативных стратегий и тактик показана на материале выпусков новостей казахстанского республиканского канала "31 канал". Тексты взяты в период с января 2013 по октябрь 2014 годов. Выбор материала обусловлен наличием наиболее ярких и содержательных диалогов.

*Ключевые слова:* диалоговое интервью; жанр речевого общения; коммуникативная тактика; речевая стратегия; интервьюер; новости.

Речь во время интервью имеет сложную, многоярусную структуру и выступает в различных вариантах (различные стили, жанры, разговорный и литературный язык, диалекты и социодиалекты и т.п.). Все речевые характеристики и другие компоненты речи способствуют успешному или неуспешному протеканию интервью. Из обширного инвентаря возможных средств речевой и неречевой коммуникации выбираются именно те средства, которые представляются наиболее подходящими в данной ситуации (Мальцева 2001: 38). И главную роль в этом играет интервьюер, как человек, который направляет разговор. Исследователь В.Д. Девкин (1973: 53) использует в своих лингвистических работах такие термины, как *компетенция* и *перформация*. Компетенция – это способность говорящего и слушающего строить и понимать высказывания. А перформация – это речевая реализация языковых потенциалов, в пер. с англ. “performance” – исполнение. Эти два показателя влияют на взаимопонимание во время интервью, его ход, достижение целей интервью, причем перформация является составной частью, одним из параметров оценки компетенции.

Особое место в теории интервью следует уделить такому понятию, как воздействие. Изучением науки об эффективном общении занимались многие ученые. Речевое воздействие рассматривается И.А. Стерниным как «наука о выборе подходящего, адекватного способа воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации, об умении правильно сочетать различные способы речевого воздействия в зависимости от собеседника и ситуации общения для достижения наибольшего эффекта» (Стерин 2001: 66). Д.А. Мальцева пишет, «*Речевое воздействие* – это то, что является движущей силой диалога, некоторое приглашение к взаимодействию (2001: 10). Таким образом, даже самое обычное высказывание, не содержащее просьбы или вопроса, уже требует ответа самим фактом обращенности к собеседнику.

Речевое поведение людей во время интервью преследует определенные цели. Для их достижения используются приемы, которые в зависимости от уровня рассмотрения называют коммуникативными стратегиями, коммуникативными тактиками и коммуникативными намерениями.

Понятие стратегии является важнейшим при изучении речевого воздействия. «*Речевая стратегия* представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» (Иссерс 2003: 54). Стратегия – общая рамка, которая может включать и отступления от движения к цели в отдельных шагах. К главным признакам стратегии относят гибкость и динамику, поскольку в ходе общения она подвергается постоянной корректировке и зависит от постоянно пополняющегося и изменяющегося контекста дискурса. Гибкость стратегии определяется также возможностью ее реализации через различные коммуникативные ходы. Под *коммуникативным (речевым) ходом* понимается «коммуникативный акт или последовательность актов, функционально объединенных иерархически доминантной целью в сложный макроакт с точки зрения динамического развития дискурса» (Макаров 2003: 183).

*Коммуникативная тактика*, в противовес стратегии как общей канве коммуникативного поведения, рассматривается как совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия. Коммуникативная тактика – более мелкий масштаб рассмотрения коммуникативного процесса по сравнению с

коммуникативной стратегией. Она соотносится не с коммуникативной целью, а с набором отдельных коммуникативных намерений. Так, Г.А. Золотова включает в текстовую стратегию понятия замысла, позиции, мировосприятия, отношения автора к предмету и поставленной проблеме, его прагматингвистических интересов и определяет тактику как комплекс языковых и речевых приемов построения текста. На уровне текста можно наблюдать только тактики, стратегия же «стоит как бы за текстом» (1998: 528).

Как известно, именно в диалоге особенно ярко проявляется прагматическая направленность языковых единиц. С.Г. Агапова отмечает, что обмен репликами в информационном диалоге всегда направлен на изменение информационного состояния коммуникантов после каждой очередной реплики. Она приходит к выводу, что одним из основных аспектов анализа такой формы межличностного взаимодействия выступает движение информации, актуализируемой в процессе обмена репликами (2002: 235).

Телевизионное интервью, как жанр и метод сбора информации, пользуется большой популярностью, как у журналистов, так и у лингвистов. Наиболее точное определение интервью как вида журналистского творчества дал в своей книге С.Н. Ильченко: «**Интервью** – целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес» (2003: 10). Характеризуя жанровые особенности интервью (и прежде всего интервью в эфире, не утрачивающего высоко ценимых в масс-медиа элементов естественности и спонтанности) в структурном, типологическом и лингвистическом аспектах, исследователи называют, прежде всего, полифонию, которая проявляется, в частности, в большом разнообразии тем, в многоликости, многоголосье собеседников, в связанном с этим большим разнообразием лингвистических средств (2003: 429-430). Названные признаки во многом обуславливают интерес к телеинтервью как достаточно новому объекту для лингвистического исследования.

Как жанр, интервью в современном дискурсе отличается большим разнообразием: это интервью короткие и пространные, сенсационные и «дежурные», ожидаемые и эксклюзивные, проблемные и портретные. Сейчас наблюдается обновление этого жанра на телевидении, связанное, видимо, с тем, что интервью в полевой структуре жанрового пространства политического дискурса относится к вторичным жанрам. Содержательное изменение структуры телеинтервью Т.И. Попова (2002: 14) усматривает в том, что современное телеинтервью переакцентировало свои интересы с предмета разговора на самого собеседника, что прослеживается в таких типах, как интервью с участником события, интервью с профессионалом (экспертом), интервью с личностью. «Современные ТИ (телеинтервью), характеризующиеся «лично-биографическим эгзистенциализмом» участников и усилением роли ведущего, отражают основные тенденции развития современной журналистики и информационно-коммуникативного общества в целом» (2002: 220).

Интервью во время выпуска новостей с полной уверенностью можно отнести к информационному диалогу, так как во время общения наблюдается обмен репликами между коммуникантами, и данный вид текста преследует вполне конкретную и

реализуемую с разной степени успешности цель – трансформация информационного и эмоционального состояния адресата. Реализация данной цели осуществляется при помощи большого арсенала языковых и речевых средств. Основной стратегией в данном жанре СМИ является стратегия диалоговедения, а тактики подразделяются на две группы: тактики интервьюера и тактики интервьюируемого.

Говоря о стратегии и тактике, целях и намерениях в первую очередь мы имеем в виду интервьюера, потому что именно этот участник диалога является стороной инициативной, заинтересованной. Именно этой стороне необходимо “выкопать”, разузнать новую информацию, о которой до этого интервьюируемый еще никому не говорил, заручиться доверием и найти подход к человеку. Для этого часто приходится идти на хитрости и уловки, использовать контактоустанавливающие средства, приемы, особые тактики.

Телевизионные выпуски новостей «Информбюро» на «31 канале», которые стали объектом нашего изучения, выходят в эфир с 1996 года на русском и казахском языках. С недавних пор в программу стали приглашать гостей намного чаще, два-три раза в месяц, тогда, как несколько лет назад, это цифра составляла – три раза в полгода. Связано это с возросшим интересом зрителей к данному жанру. Гостями программы становятся люди из различных областей науки, творчества, социальной сферы, политики, шоу-бизнеса. В основном, беседа с тем или иным гостем всегда посвящена обсуждению злободневной темы или наиболее значимому событию страны. Материалом для исследования послужили тексты записанных и расшифрованных телеинтервью на русском языке, прозвучавших в эфире “31 канала”; все используемые для статьи интервью были проведены в период 2013-2014 годов. В роли интервьюируемых выступали разные по профессии и степени популярности люди: спасатель Мурат Сыдыков, правозащитник Сергей Уткин, певец Алишер Каримов, актер Дмитрий Назаров, психолог Светлана Гаврина, кандидат биологических наук Анвар Мамилов, телеведущий и музыкант Дмитрий Дибров и многие другие.

Появление гостя в студии происходит обычно в завершении первой части выпуска. Связано это с утвержденной структурой и версткой информационных выпусков новостей. Так, в начале выпуска, особое внимание уделяется основным событиям, наиболее острым и обсуждаемым темам дня (политические новости, социальные темы). Зачастую гость в студии выступает в роли своеобразного эксперта, который может дать оценку случившемуся или прокомментировать событие, и происходящее в масштабе города, страны и даже мира. Интервью с гостем является продолжением и обсуждением темы, заявленной в выпуске ранее. Гость появляется в студии сразу же после показа телевизионного сюжета на тему, которой и будет посвящена беседа. Чтобы представить гостя зрителям ведущий новостей может использовать различные виды приветствий.

- *«Специально в студию "Информбюро" мы пригласили сегодня героя нашего сюжета. О том, как Rich D освоил за короткое время не родной ему язык, и что в первую очередь побудило его к этому, спросим у него прямо сейчас».*
- *«В сети появился постер с изображением целующихся Курмангазы и Пушкина. История со скандальным постером вызвала большой общественный*

*резонанс. Одни осуждают автора идеи, другие не видят в этом ничего предосудительного. А кого-то эта история взяла, скажем так, за живое. Мы пригласили в студию потомка знаменитого кюйши Курмангазы Нуркена Халыкбергена».*

Когда журналист приступает к интервью, он предварительно продумывает общую макроструктуру предстоящего текста (заготавливает так называемый скрипт), опираясь на особенности обсуждаемой культурной ситуации и личностные характеристики интервьюируемого лица. Как и всякий эпизод общения, телеинтервью имеет свои фазы: первая – контактоустанавливающая; вторая, основная, – концентрации внимания на теме или ряде тем; третья, заключительная, – фаза подведения итогов и прощания (Казаринова, Попова 2002: 264-265). Для каждой отдельной фазы характерны свои коммуникативные стратегии и тактики.

К примеру, в первой, контактоустанавливающей фазе, достаточно часто ведущими новостей используется ритуализированная *тактика комплиментарного либо апологетического представления собеседника* (оценивания) (Вит, Харитоновна 2004). Следует отметить, что именно в начале диалога чаще всего используется тактика «комплиментами», которая является характерным способом функционирования языковой личности как интервьюера, так и интервьюируемого в информационном жанре телевидения. Так, например, во время представления гостя ведущая новостей Наталья Райм сделала очень развёрнутый комплимент по поводу его внешнего вида.

— «А в студию Информбюро сегодня пришел гость, который будет интересен всем зрителям 31 без исключения. В его обществе вы провели огромное количество вечеров у экранов телевизоров, осталось немного времени до вашей встречи с ним на большом экране, в кинотеатре. Как вы думаете о ком речь? Он высокого роста, статен, его лицо украшают роскошные усы, а его фирменные блюда не могут оставить равнодушными даже тех, кто их никогда не пробовал. В студии Информбюро Дмитрий Назаров!»

Тактика комплиментарного представления собеседника в выпусках новостей реализуется также при помощи лексем с оценочной семантикой.

- А. Мендыбаев: Сегодня популярный и всеми любимый телеведущий, журналист, музыкант Дмитрий Дибров в нашей студии. И у нас вот такой первый вопрос. Вас, Дмитрий, называют «знаковым ведущим», как Вы думаете, что это значит?
- Д. Дибров: Лучше бы те, кто такие знаки раздает, старались бы объяснить за что, кому и какого характера знак-то присуждают. Может быть, имеют ввиду, если на русскоговорящем пространстве, на телевидении появляется новый проект, то приглашают меня его вести. Может быть в этом знак, мол, что-то новенькое.

Однако тактика комплиментарности, согласно нашим наблюдениям, используется ведущими новостей исключительно при представлении деятелей культуры: звезд

шоу-бизнеса, артистов, музыкантов, поэтов и т.д. Беседа же с представителями власти, педагогами, психологами и иными участниками программы начинается сразу после краткого представления гостя телезрителям.

- Н. Райм: К нам в студию сегодня пришел человек, знающий не понаслышке, что такое борьба со стихией – Мурат Сыдыков, принимавший участие в спасении людей в поселке Кызылагаш Алматинской области. Ровно 4 года назад там также произошел прорыв плотины. Однако жертв было гораздо больше. Погибли 43 человека. Добрый вечер, Мурат Маратович! Скажите, пожалуйста, каковы шансы найти без вести пропавших, ведь на данный момент известно о гибели пятерых человек?
- А. Мендыбаев: Обсудить новый закон "О дорожном движении", сможет ли он изменить ситуацию на казахстанских дорогах, мы пригласили известного правозащитника Сергея Уткина. Добрый вечер, Сергей! И первый вопрос. Как думаете, помогут ли новые нормы изменить ситуацию на казахстанских дорогах?
- Н. Райм: Где корни конфликта в Украине? За что расплачивается народ прежде единого государства, а ныне раздираемого на части, мы решили спросить у нашего гостя. В студии "Информбюро" сегодня – политолог, публицист Сейдахмет Куттыкадам. Добрый вечер! Скажите пожалуйста, возможно ли на данном этапе остановить насилие в Украине, ведь число жертв растет с каждым днем и противостояние усиливается?

Стоит отметить, что структура интервью в информационных выпусках новостей 31 канала далека от общепринятой. Существует три стратегических принципа последовательности задаваемых вопросов – хронологический, логический, импровизационный. Между тем, переход из первой приветственной части к основной части интервью в новостях происходит достаточно быстро. В первой части в центре внимания – события; во второй – предметы общественного обсуждения; в третьей – человеческий характер. Но, так как интервью с гостем в формате новостей «Информбюро» выходит в записи и составляет лишь 4 минуты, то перед выходом в эфир полная версия интервью, а это порядка 15 минут, проходит достаточно строгий редакторский контроль и тщательную правку. Таким образом, при монтаже материал сокращается в три раза, что приводит к нарушению хронологии порядка задаваемых вопросов. Получается, после приветствия гостя в студии и первого общего вопроса ведущий переходит сразу к обсуждению основной темы.

- А. Мендыбаев: Когда Вы впервые услышали название проекта «Дом-весы», о чем Вы подумали?
- Н. Райм: Дмитрий Юрьевич, выходит на экраны полнометражная картина «Кухня в Париже». Скажите, пожалуйста, полный метр чем-то отличается от сериальной версии?

В зависимости от целей интервью журналист выбирает разные речевые тактики, например такие, которые описаны в учебнике по риторике (Гойхман, Надеина 1997).

1. Тактика утрирования, когда говорящий намеренно (и очевидно для адресата) значительно преувеличивает смысл события с целью придать ироническую оценку.

— Н. Райм: Вот скажите, пожалуйста, как Вы считаете, приговор, вынесенный Бароху Питу, не мягкий? Все-таки одиннадцать девочек пострадали!

2. Тактика перевоплощения. Если стратегическая цель – получение максимума информации, то журналист может искусственно установить разрыв в знаниях с собеседником, как бы перевоплощаясь в «незнайку», «провинциала», «дилетанта»

— А. Мендыбаев: Такой вопрос, а Вы сами как себя держите в форме? Что делаете для этого? Понятно, что в Казахстане Вы пьете шубат.

— Д. Дибров: Да, да, да. Боюсь, в России верблюдов-то нет, если меня не считать отчасти верблюдом. Во-первых, у меня дома тренажер есть. У меня ведь не такое паталогическое ожирение. Ну, попробуйте попрыгать по 13 этажам “Останкино”, знаете, не нужен будет и тренажер. Тогда, при ответе на Ваш вопрос, нужно было бы выразиться так. Лучший способ для похудения – 25-ти летняя жена.

— А. Мендыбаев: Самый лучший?!

— Д. Дибров: Это не то, что Вы подумали! Она-то точно скажет, что пора худеть.

На сегодняшний день существует большое количество коммуникативных тактик, которые изучены и разработаны учеными, однако, ведущий должен не только научиться ими пользоваться самостоятельно, но и понимать, какие тактики выбирает его собеседник. Эти знания позволят подстроиться журналисту под гостя и достичь ожидаемых результатов от всего интервью. Несколько тактик ведения телеинтервью рассмотрены в статье Н. Вит и М. Харитоновой (2004: 260-269). Помимо ритуализированной тактики комплиментарного либо апологетического представления собеседника, о которой было сказано ранее, в работе авторов представлена также тактика контрастов, когда, например, вслед за похвалой идет вопрос о трудностях и преградах на пути к успеху.

— А. Мендыбаев: Вы выиграли вот эти медали. Они достаточно тяжелые, массивные. Когда на Вас их надевали, какие чувства Вы испытывали, когда звучал гимн нашей страны?

— А. Калкаев: Чувство гордости. Я к этой медали шел очень долго. Очень тяжелые тренировки, в неделю 10 раз, режим соблюдал, питание здоровое.

— А. Мендыбаев: То есть Вы прошли немалый путь, чтобы завоевать эти награды. Скажите, Вам уже пришло осознание того, что Вы в числе трех лучших легкоатлетов Азии?

— А. Калкаев: Да. Было очень трудно потому, что когда мы бежали стометровку, это был полуфинал и по результатам я пришел шестым. Потом на стометровке в финале я настроился и добился бронзовой медали.



Однако, несмотря на то, что тактика «отстранения» – разговор о собеседнике в третьем лице, имеет место быть во время интервью, согласно нашим наблюдениям, в новостных выпусках данная тактика практически не используется. Такая тактика представления может избавить интервьюируемого от необходимости оправдываться, противодействовать высокой оценке, уклоняться от прямого ответа.

Наиболее часто, на наш взгляд, ведущие новостей используют тактический ход провокации, который стимулирует у интервьюируемого тактику уклонения от ответа. Эта тактика работает эффективно в беседе с любым гостем, будь то депутат Парламента, актер или обычный зритель, ставший одним из героев новостного сюжета. Тактика используется, чтобы поставить человека в затруднительное положение, побудить его к саморазоблачению, подвести к противопоставлению между его идеальными представлениями и реальными поступками. Часто собеседники провокацию игнорируют – переводят тему разговора, снимают остроту вопроса.

- А. Мендыбаев: Спасибо, господин посол, и вот такой вопрос. Буквально несколько минут назад мы показали сюжет о событиях на Украине. Вообще, вся страна пристально следит за тем, что там происходит. Власти Индонезии готовы признать новое руководство Украины, которое пришло к власти путем свержения президента?
- Ф. Гултом: Я бы хотел сказать, что не в моей компетенции высказываться о позиции Индонезии по данному случаю.
- Н. Райм: А Вы считаете, что Вы достойны более высокого места, чем десятое?
- А. Каримов: Даже не место, опять-таки повторюсь. Я заслужил выступить так, как я этого хочу потому, что программа была отработана и сделана профессионально.

Немало об использовании в интервью провокационных вопросов рассмотрено в трудах М.Н. Ким (2005: 352). Кроме того, автор выделяет следующие тактики ведения интервью:

1. Проективные тактики. От лат. “projectio” – выбрасывание вперед, суть состоит в предоставлении человеку “неопределенных, неоднозначных стимулов, которые испытуемый должен конструировать, развивать, дополнять, интерпретировать”. Техники приобретают смысл не только в силу их объективного содержания, сколько в связи с личностным значением, придаваемым им обследуемым. Среди них выделяют:

- Свободные ассоциации. Методика позволяет вызывать у собеседника различного рода образные представления, выходящие за рамки стереотипных.
- Н. Райм: Представьте, что сейчас перед вами сидят жюри конкурса, организаторы. Вот какой единственный вопрос Вы бы им задали?
- А. Каримов: Я даже не знаю, о чем бы я их спросил. Члены жюри – довольно известные люди, они имеют право на свое мнение, а поддерживаю ли я их мнение или не поддерживаю, это уже мое дело. Вопросов к ним абсолютно



никаких. Все вопросы исчезли после того, как они выставили свои оценки. Уже было все понятно.

- Персонификация. С помощью этой методики интервьюер может побудить человека, с одной стороны, приписать собственные чувства, эмоции, переживания другим людям, а с другой – самому “примерить” чужие психологические реакции и состояния.
- Аналогии. Сопоставление существующего образа с другим.
- Н. Райм: Что общего есть непосредственно между Вами и Вашим героем Виктором Петровичем? Может быть параллели какие-то можете провести?
- Д. Назаров: Есть какие-то вещи, но это совершенно не я, это очевидно, для меня во всяком случае.

2. Воздействие на собеседника с целью полного раскрытия темы. Композицию вопроса лучше составлять по схеме: введение – основная часть – заключение.

Первая часть нужна для установления психологического контакта. Для этого можно сказать несколько любезных слов о собеседнике или его заслугах, обсудить последние новости его сферы деятельности, начать с остроумного анекдота, вспомнить какую-нибудь деталь биографии собеседника и тем самым дать повод ему поговорить о себе – все это поможет разрядить обстановку.

- Н. Райм: С Вашей дочерью, по сериалу, да, мы знакомы. А в «Кухне в Париже», в полнометражной версии, нам еще предстоит познакомиться с еще одним Вашим родственником, которого играет великолепный Олег Табаков. Скажите, ранее Вы уже встречались с ним на одной площадке?
- Д. Назаров: Да, на сцене мы играли с ним «Дядю Ваню», в спектакле «Табакерка», который шел на сцене художественного театра.

В основной части интервью разворачивается тема разговора, и лучше разворачивать ее постепенно и логично, от простых вопросов, рассчитанных на установление контакта, до более сложных, требующих обстоятельного анализа и активирующие диалогические начала беседы. Лучше систематизировать такие вопросы в тематические и проблемные блоки. Для этого журналист использует несколько приемов:

- одной-двумя фразами дает понять, что одна тема исчерпана и пора перейти к другой;
  - Н. Райм: Почему зрителям 31 канала, которые просмотрели первый, второй, третий сезон, необходимо просто посмотреть «Кухню в Париже»? Буквально в двух трех словах.
- резюмирует и обобщает сказанное;
  - Н. Райм: Скажите, чрезмерный контроль ведь тоже может быть опасен. Где та грань, все-таки ребенок растет, развивается, у него появляется определенный круг знакомых. Исходя из сказанного следующий вопрос. С какого возраста нельзя отпускать ребенка на улицу?

Е.В. Любезная и И.М. Попова (2008: 155) выделяют следующие тактики ведения интервью:

1. Тактика отождествления – это ненарочитая демонстрация символической принадлежности к определённой социальной или статусной группе (в рамках выбранной стратегии самопрезентации).

- А. Мендыбаев: Как обычно реагируют наши люди, казахстанцы, когда Вы разговариваете на казахском языке?
- Rich D: Они в шоке, конечно. Если бы Вы приехали в мою страну и начали разговаривать на нашем языке, это тоже было бы, как сказать “эксклюзив”. Результат всегда был положительный, это невозможно объяснить, но мне приятно, когда люди говорят: “Уау, молодец бауырым!”
- А. Мендыбаев: Мы тоже в приятном шоке.

2. Тактики оппозиционирования. Тактики, противоположные рассмотренным выше: через обозначение своей принадлежности к другому социальному слою. Это противопоставление. Некоторые учёные называют оппозицией «свои – чужие», другие – коммуникативной категорией чуждости. Такая тактика подразумевает дискуссию и спор.

- Н. Райм: Что случилось? Судя по Вашим комментариям и высказываниям коллег, от самой организации конкурса у Вас не очень хорошее впечатление.
- А. Каримов: Нет, сама организация конкурса, она довольно-таки на очень высоком уровне. За 13 лет все настолько продумано, все поминутно. Вопрос возник в плане того, что конкурсант, приехавший туда, в принципе, может приехать без репертуара, без костюмов, все ему там делают сами режиссеры, вся творческая группа. Делают так, так нужно им!

3. Уточнение. Тактика формулирования вопросов, состоящая из вопросов на пояснение или дополнение сказанного, заострения внимания на деталях.

- Н. Райм: О какой политической подоплеке идет речь? Где связь?
- А. Каримов: Я не знаю, в чем там суть. Но я хочу сказать, и вчера на пресс-конференции я говорил, что важную роль может играть все что угодно, но только не искусство. Искусство там не на первом месте, к сожалению.

В работе журналиста могут быть весьма полезны речевые тактики, используемые в сфере делового общения.

- «Неожиданность». Использование в речи неожиданной или неизвестной информации.
  - Н. Райм: Правда ли, что для съемок в одном из кварталов Парижа, режиссеру пришлось договариваться с настоящими мафиозниками, в частности, с сенегальцами? И что за это даже пришлось энную сумму выложить, приличную?

— Д. Назаров: Ну, вообще, за границей снимать очень тяжело и дорого. Это, конечно, звучит так «с сенегальцами», они просто потемнее французов, но говорят на том же французском. Ну, покуражились ребята, ничего страшного. Да, нужно нам было снять очень плохой отель, без звезды.

- «Апелляция к авторитету». Ссылка на авторитет дается для подтверждения правильности излагаемой информации. Это может быть как всеми известная личность, так и общественное мнение.

- А. Мендыбаев: Водители утверждают, что с введением нового закона эти нормы будут способствовать росту коррупции. Говорят, что «разводить» станет дороже. Вы разделяете это мнение?

- С. Уткин: Абсолютно разделяю. И уверен, что не просто дороже, а гораздо больше. В мозгах водителей будет заклинивать. Знаете, у него всегда стоит – то ли официально заплатить в бюджет, то ли развести на месте с гаишником.

- «Да-да-да». Собеседнику задается несколько вопросов, на которые он обязательно должен ответить «да». После этого, вероятнее всего, на следующий ключевой вопрос он тоже ответит «да» (Братышев 1999: 35).

- А. Мендыбаев: Вы уже попробовали казахскую национальную кухню?

- Д. Дибров: Ну, конечно!

- А. Мендыбаев: Как считаете, употребляя такие блюда, можно оставаться в форме?

- Д. Дибров: Да, конечно!

- А. Мендыбаев: А кумыс пробовали?

- Д. Дибров: Конечно!

- А. Мендыбаев: Такой вопрос, а Вы сами как себя держите в форме? Что делаете для этого? Понятно, что в Казахстане Вы пьете шубат.

- Д. Дибров: Да, да, да. Ммммм... боюсь, в России верблюдов-то нет, если меня не считать отчасти верблюдом.

Общая схема речевого воздействия строится на донесении информации, формировании на ее основе интересов, побуждений. Много речевых приемов, позволяющих, например, подчеркнуть общность интересов даже в вопросе, вызывающем бурную реакцию собеседника. Задача общения – посылать речевые сигналы, которые имеют для собеседника эмоциональное значение. Беседа может считаться эффективной, если сопровождается эмоционально положительными обращениями, которые очень часто используют ведущие информационных выпусков новостей. К примеру, из шести вопросов, которые будут заданы гостю, три вопроса будут начинаться именно так.

- Н. Райм: Скажите, пожалуйста, чувствовали ли Вы поддержку наших соотечественников на конкурсе, ведь для Вас это была первая «Новая волна»?

Произнесение вслух имени и отчества также может благоприятно влиять на ситуацию, поскольку имя и личность нераздельны (Отто 1988: 21).

— Н. Райм: Нуржан, здравствуйте! Этой зимой Вы действительно пережили нелегкое испытание. Кто Вам помог, и как вообще сложились обстоятельства после выхода материалов в “Информбюро”?

Не редки случаи, когда для интервью приглашаются иностранные гости. Так, к примеру, о тематике предстоящей беседы ведущий Аскар Мендыбаев намекнул зрителям несколькими фразами, поприветствовав гостя.

— А. Мендыбаев: Добрый вечер, Ричард! Қош келдіңіз студияға!

— Rich D: Рахмет! Ассалаумағалейкум!

— А. Мендыбаев: Алейкумассалам! Рич, у нас к Вам первый вопрос. Когда Вы приехали в Казахстан, что на Вас произвело самое большое впечатление?

Как было установлено, коммуникативные ходы интервьюера имеют либо иницирующий характер, либо одновременно реагирующий и иницирующий характер (Штырева 2006: 18). Иницирующие ходы интервьюера независимы от предшествующего контекста и, в частности, от предыдущего хода интервью. Реагирующе-иницирующие ходы интервьюера, напротив, формулируются на основе предшествующего контекста и зависят от предыдущего коммуникативного хода интервьюируемого. Кроме того, иницирующий или реагирующе-иницирующий характер речевых ходов интервьюера связан с типом самого коммуникативного хода. На основании проведенного анализа можно выделить следующие типы коммуникативных ходов ведущего новостей.

Запрос информации. Основной, ядерный тип коммуникативного хода интервьюера, реализуемый посредством прямого либо косвенного вопроса. Прямые вопросы подразделяются на «уточняющие (закрытые), направленные на выяснение истинности или ложности выраженного в них суждения, и восполняющие (открытые), связанные с выяснением новых знаний относительно событий, явлений, предметов, интересующих слушателя» (Введенская 1999: 488).

— Н. Райм: Насколько остро в Казахстане стоит вопрос развращения малолетних? Интервьюер может прибегать к «альтернативным вопросам», предоставляя собеседнику возможность выбрать один из предложенных ему вариантов ответа, например:

— Н. Райм: Мы знаем, что Вы намерены подать в суд, а на кого именно, на авторов изображения или на тех, кто его заказал?

— Н. Райм: Вы будете требовать компенсации или Вам достаточно будет публичных извинений?

Для жанра интервью характерны также косвенные вопросы. Грамматически они являются утверждениями, но несут вопросительную интенцию и интонационно оформляются как вопрос.

Уточняющий коммуникативный ход. Представляет собой уточняющий вопрос, служит вспомогательным коммуникативным ходом, реализуется в случае, когда предшествующий ход интервьюируемого не соответствует ожиданиям интервьюера или не является полным, законченным, требует конкретизации, как, к примеру, в следующей беседе:

- Н. Райм: А где все-таки была допущена ошибка?
- А. Мендыбаев: Так все-таки что заставило Вас согласиться?
- Н. Райм: Как все-таки сломать этот стереотип и уберечь ребенка?

Перебивание собеседника. Ведущий пытается уточнить коннотацию (значение) употребляемого слова; делает попытку вернуться к основной теме беседы; использует данную тактику с целью получения комментария и оценки событий и прогнозирования результатов ситуации.

- Н. Райм: ...потом Севастополь?
- С. Куттыкадам: ...потом Севастополь, но Севастопаль отдал позже Ельцин.
- Н. Райм: ... к примеру, сказка «Серый волк и семеро козлят».
- С. Гаврина: Верно заметили.

Но использование данного коммуникативного хода не всегда бывает уместным. К примеру, когда интервьюируемый еще не закончил мысль, а интервьюер вставляет свой комментарий. В данном случае, только более опытный собеседник способен закончить фразу, которая была прервана самим ведущим.

- Н. Райм: Как детям привить элементарные моральные ценности, о которых сейчас все меньше говорят. Где все-таки грань между вседозволенным и недозволенным, ведь все эти границы стираются?
- М. Гурина: Когда мы говорим о том, что мы должны привить детям моральные ценности, это совсем не значит, что мы должны его посадить и объяснять, что...
- Н. Райм: ...читать нотации...
- М. Гурина: ... существуют такие-то правила. Мы можем испечь пирожки и отнести соседской бабушке, попросить ребенка сделать это. Мы можем позаботиться о ней и попросить ребенка сходить в аптеку.

Вопрос-удивление. Данный коммуникативный ход не имеет своей целью запрос информации. Такие вопросы несут в себе лишь семантику удивления и имеют ярко выраженную экспрессивную окраску.

Утверждение. Всегда имеет иницирующий характер, поскольку косвенно несет в себе семантику побуждения. Интервьюер побуждает собеседника прокомментировать уже известную ему информацию, дополнить информационный ряд, а также служит для введения новой подтемы интервью, например:

- Н. Райм: Вот скажите, Светлана, очень часто детей подкупают «пойдем, я покажу тебе куклу», «пойдем, сядь в машину, я тебе дам конфетку». Как

запрограммировать ребенка раз и навсегда, чтобы он никогда на эти уловки не реагировал?

- А. Мендыбаев: К слову о деталях. Существуют ли строгие правила в Вашей стране, к примеру, запрет на алкоголь, на ношение откровенных вещей? Что необходимо знать каждому туристу, который приезжает в Индонезию?

**Вывод.** Следует за цепочкой вопросно-ответной диалоговой единицы и выражает мнение журналиста о собеседнике, которое складывается по ходу беседы. Такой вывод-утверждение, сделанный на основе полученной информации, предполагает возможный комментарий, подтверждение или опровержение со стороны собеседника:

**Оценка.** Коммуникативный ход реализуется с помощью утверждения, содержащего оценочные лексические маркеры. Намерение интервьюера – дать положительную или отрицательную характеристику личности собеседника, с которой тот может согласиться или нет, например:

- Н. Райм: В отличие от Ваших коллег по съемочной площадке, Вы умеете готовить. Ваше коронное блюдо, можете поделиться, какое?
- Д. Назаров: Эх... Это огромное заблуждение, дорогие мои, не расстраивайтесь. Я очень много знаю про приготовление еды, и все это благодаря своему участию в нескольких кулинарных программах, многолетнему участию. Я многое об этом знаю. Могу посоветовать, научить. Я сам не готовлю, готовит моя жена, бабушка наш тоже хорошо готовит. Все, что я делаю, и никто с этим не спорит, а наоборот даже ждт – это шашлык.

**Предположение.** Коммуникативный ход представляет собой утверждение, но с модальным оттенком неуверенности, сомнения.

**Возражение.** Коммуникативный ход, состоящий в выражении несогласия с высказыванием собеседника.

**Просьба.** Коммуникативный ход инициирует продолжение беседы, например:

- А. Мендыбаев: Ричард, мы знаем, что Вы профессионально занимаетесь хип-хопом и даже хотели бы спеть реп на казахском языке. Не могли бы Вы сейчас что-нибудь исполнить, сымпровизировать может быть или готовое что-то исполнить на казахском языке.
- А. Мендыбаев: Скажите, а условия для спортсменов другие, на родине, к примеру? Можно немножечко подробнее об этом.

**Завершение беседы.** Возвращение к исходной ситуации, с оттенком иронии, пожелание.

- А. Мендыбаев: Будем надеяться, что сознание у начальства и у автовладельцев изменится. Спасибо, Сергей, что нашли время и пришли к нам в студию.
- Н. Райм: Спасибо вам огромное! Надеемся, зрителям понравится полнометражный фильм «Кухня», а мы желаем Вам творческих успехов и приезжайте к нам почаще!

- А. Мендыбаев: Давайте теперь завершим и подытожим нашу беседу. Что Вы пожелаете участникам проекта «Дом-весы» и нашим зрителям?

В диалоге следует различать, прежде всего, информативно-содержательную сторону («что сообщается») и формальную («как это содержание оформляется»). Поэтому при анализе коммуникативных стратегий и вместе с ними тактик следует учитывать тот результат, который хотят получить интервьюеры. При этом необходимо обращать внимание на такой фактор, как компетентность интервьюера, которая подразумевает собой, в том числе, и умение обладать определенными коммуникативными навыками, а именно:

- формирование коммуникативной стратегии;
- использование разнообразных тактических приемов коммуникации;
- представление себя как участника коммуникативного процесса.

Исследование диалогового интервью как речевого жанра позволяет, таким образом, выявить основные коммуникативные тактики телеведущих новостей и речевые акты их реализации. При этом, анализ самих коммуникативных тактик, используемых ведущими информационных выпусков новостей, позволит выявить особенности функционирования основных тактик диалоговедения, и как результат, выявить доминирующие тактики общения, которые наиболее приведут к наиболее эффективному и результативному завершению беседы.

## БИБЛИОГРАФИЯ

- АГАПОВА, С.Г. (2002): Прагматические особенности английской диалогической речи. Ростов-на-Дону: АПСН.
- БРАТЫШЕВ, А. (1999): Имиджеология. Москва.
- ВЕДЕНСКАЯ, Л.А. (1999): Культура и искусство речи: современная риторика / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. Феникс. Ростов-на-Дону.
- ВИТ Н., ХАРИТОНОВА, М. (2004): “Стимулирование коммуникативных тактик уклонения и противодействия в телеинтервью”. Сборник научных статей по философии и филологии. Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова. Выпуск 6.
- ДЕВКИН, В.Д. (1973): Немецкая разговорная речь: Москва.
- ЗОЛОТОВА, Г.А., ОНИПЕНКО, А.К., СИДОРОВА, М.Ю. (1998): Коммуникативная грамматика русского языка. Филолог. ф-т МГУ. Москва.
- ИЛЬЧЕНКО, С.Н. (2003): Интервью в журналистском творчестве: Учебное пособие. СПб: Лаборатория оперативной печати факультетата журналистики СПбГУ.
- ИССЕРС, О.С. (2008) Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 3-е, стереотипное. Едиториал УРСС. Москва.
- КАЗАРИНОВА, Н.Р., ПОПОВА, Т.И. (2002): Особенности речи перед микрофоном и телевизионной камерой // Русский язык и культура речи / Под ред. проф. Максимова В.И. Москва.



- КИМ, М.Н. (2005): Новостная журналистика. Базовый курс. Учебник. СПб: Издательство Михайлова В.А.
- ЛЮБЕЗНАЯ, Е.В., ПОПОВА, И.М. (2008): “Риторика и ораторское искусство”. Издательство ТГТУ. Тамбов.
- МАКАРОВ, М.Л. (2003): Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. Гнозис. Москва.
- МАЛЫЦЕВА, Д.А. (2001) “Общение как воздействие и диалог”. [www.lib.csu.ru](http://www.lib.csu.ru)
- ПОПОВА, Т.И. (2002): Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб: Издательство СПбУ.
- СТЕРИН, И.А. (2001): Введение в речевое воздействие. “Истоки”. Воронеж.
- ШТЫРЕВА, С.В. (2006): Прагмалингвистическая характеристика интервью (на материале французской прессы): Автореферат диссертации.