

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный университет»
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии
Кафедра теории и практики журналистики

**Трансформация жанра интервью в современной отечественной
журналистике на материале интервью В. Познера и Ю. Дудя**
выпускная квалификационная работа
(бакалаврская работа)

Выполнил студент
4 курса, группы 1531з
Осипова Анастасия
Евгеньевна

(подпись)

Научный руководитель,
кандидат филол. наук,
доцент
Витвинчук Владимир
Валерьевич

(подпись)

Допустить к защите
зав. кафедрой
Лукашевич Елена Васильевна

(подпись)

« ____ » _____ 2018 г.

Выпускная
квалификационная
работа защищена
« ____ » _____ 2018 г.

Оценка _____

Председатель ГЭК
Пашаева Ольга Александровна

(подпись)

Барнаул 2018

Оглавление

| | |
|---|-----------|
| Введение..... | 3 |
| Глава 1. Теоретические аспекты трансформации жанра интервью в журналистике..... | 6 |
| 1.1 Теоретические основы жанра интервью..... | 6 |
| 1.2 Особенности жанра интервью в современной российской журналистике..... | 13 |
| 1.3 Коммуникативные стратегии, тактики и ходы проведения интервью..... | 18 |
| Глава 2. Анализ коммуникативного поведения ведущих авторских программ «Познер» и «вДудь»..... | 31 |
| 2.1. Коммуникативные тактики и ходы в кооперативных и конфликтных интервью В. Познера..... | 31 |
| 2.2. Коммуникативные тактики и ходы в кооперативных и конфликтных интервью Ю. Дудя..... | 61 |
| 2.3. Сравнительный анализ коммуникативного поведения В. Познера и Ю. Дудя..... | 79 |
| Заключение..... | 87 |
| Библиографический список..... | 90 |

Введение

Интервью занимает важное положение в системе информационных и аналитических жанров и активно применяется журналистами. Популярность жанра обусловлена не только информационной функцией интервью, удобной вопросно-ответной формой подачи материала, но и возможностью получить дополнительные сведения о личности респондента, сторонах его жизни, образе мыслей и т.д. Данная жанровая особенность позволяет формировать или корректировать отношение аудитории к герою интервью. Выход на первый план отношения к собеседнику сделало интервью одним из самых актуальных жанров публицистики, который, в свою очередь, на фоне общественно-политических и технических изменений, изменений в потребительских предпочтениях и роли интервьюера претерпевает некоторые изменения.

Актуальность исследования. Традиционно считается, что журналист является только посредником между аудиторией и интервьюируемым. Он не должен вмешиваться в ответ собеседника или добавлять его, комментировать и высказывать собственное мнение. В задачи журналиста входит выбор собеседника, определение темы разговора, тактики ведения диалога, выбор вопросов, установление необходимой тональности общения, поддержание логики разговора, создание определенного образа участника интервью. Но в современных интервью функция журналиста не ограничивается только лишь координацией беседы: интервью во многом зависит от коммуникативного поведения журналиста. Ввиду этого современные исследования интервью выдвигают на первый план анализ речевого взаимодействия участников интервью, что позволяет судить об особенностях трансформации жанра. Работа интервьюера требует быстрой реакции и постоянной концентрации внимания. Интервьюер должен следить за ходом мысли респондента, правильно интерпретировать его высказывания, поддерживать беседу в необходимом проблемном русле. Все это выдвигают серьезные

профессиональные требования к журналисту, умение применять навыки и соблюдать методические принципы интервьюирования, которые отрабатывались и анализировались несколькими поколениями исследователей. Этот процесс и сейчас не стоит на месте: придумываются новые способы и в то же время отмирают старые – несовместимые с новой эпохой. Технический прогресс также внес корректировки в работу интервьюера и сам жанр интервью. Нашей задачей является выявление основных изменений. Для этого мы проанализируем две авторские программы в жанре интервью, одна из которых выходит на официальном российском телеканале (программа «Познер»), а вторая является проектом канала YouTube (программа «вДудь»). Сравнительный анализ позволит проследить трансформацию жанра.

Объект исследования – речевое поведение В. Познера в авторской программе «Познер» и речевое поведение Ю. Дудя в проекте «вДудь».

Предмет – стратегии, тактики и ходы, используемые телеведущими в рамках конфликтного и кооперативного интервью.

Цель нашей исследовательской работы заключается в выявлении особенностей трансформации жанра интервью.

Достижение цели требует решения ряда *задач*:

- рассмотреть теоретические основы жанра интервью;
- перечислить особенности жанра интервью в современной российской журналистике;
- структурировать существующие знания в области коммуникативных стратегий, тактик и ходов проведения интервью, определить ключевые термины и параметры описания речевого материала;
- проанализировать выбор коммуникативных стратегий, тактик и ходов в конфликтных и кооперативных интервью В. Познера и Ю. Дудя;
- провести сравнительный анализ интервью В. Познера и Ю. Дудя, выявить основные изменения в жанре интервью.

Материалом исследования стали расшифровки видеозаписей восьми выпусков передачи: «Познер. Гость Константин Хабенский», «Познер. Гость Шамиль Тарпищев», «Познер. Гость Ксения Собчак», «Познер. Гость Сергей Шнуров», «вДудь», Константин Хабенский, «вДудь», Ксения Собчак, «вДудь» Николай Соболев, «вДудь» Алексей Венедиктов.

Методологической основой курсовой работы явились труды известных авторов – специалистов в области журналистики и речевой коммуникации.

Методика анализа формируется на основе совокупности общенаучных и специальных методов и приемов. Нами используются общенаучные методы наблюдения, обобщения, классификации и специальные методы лингвопрагматического описания в опоре на термины «речевое поведение», «речевая стратегия», «речевая тактика», «речевой ход».

Новизна работы обусловлена введением нового исследовательского материала, а также выявлением универсального статуса речевых стратегий и тактик, применяемых Владимиром Познером и Юрием Дудем как в конфликтных, так и в кооперативных интервью.

Теоретическая значимость заключается в подробном исследовании и типологизации базовых и дополнительных тактик, реализующих центральные коммуникативные стратегии классического и современного интервью.

Практическая значимость работы определяется возможностью использования результатов исследования в научной и профессиональной деятельности журналистов.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографический список.

Глава 1. Теоретические аспекты трансформации жанра интервью в журналистике

1.1 Теоретические основы жанра интервью

Присутствуя на разных событиях и мероприятиях, знакомясь с документами и другими источниками, журналист получает необходимые ему сведения. Одними из главных носителей информации, безусловно, являются люди, общение с которыми представляет диалог в форме вопросов и ответов. Диалог – развивался и изменялся на протяжении многих столетий, а интервью стало самым востребованным на сегодняшний день журналистским жанром, без которого не обходится ни одно СМИ. По определению М.М. Лукиной, интервью «есть беседа двух людей не просто для обмена сведениями, а с целью создания нового информационного продукта – актуального, общественно значимого, предназначенного для публикации» [Лукина 2003, с. 7.]. Все исследователи едины во мнении, что интервью – это один из самых сложных и многозначных жанров. Как отмечает Т.Н. Исакова, жанр интервью на протяжении своего развития взаимодействовал с другими жанрами и «вобрал в себя функции нескольких из них, в частности, мыслительно-мировоззренческую – у беседы и философского диалога, познавательно-терапевтическую – у драматургии (сцены из пьесы), креативно-творческую – у литературного диалога-разговора, познавательно-коммуникативную – у путешествия-письма, документально-художественную – у репортажа и отчета о встрече и портретного очерка» [Исакова 2009, с.20.]. По мнению одного из самых выдающихся отечественных интервьюеров Л.П. Плешакова, интервью является началом всего сущего в журналистике, «с интервью начинаются все журналистские жанры, будь то очерк, репортаж или криминальный материал» [Плешаков 2001, с.46.], потому что для получения информации журналисту обязательно потребуется разговор с носителем информации. Таким образом, интервью – это не только жанр, «в котором журналист с помощью системы вопросов помогает

интервьюируемому как можно полнее, логичнее и последовательнее раскрыть заданную тему в процессе общения» [Зайченко 2015, с.83.], но и метод, применяемый для получения информации путем непосредственного общения с человеком, владеющим этой информацией» [Зайченко 2015, с.83.].

Как диалогически построенный текст, пишет Э.Х. Шарапов, интервью существовало до XIX века, начало которого «было ознаменовано появлением в печатных средствах массовой информации публикаций в форме «вопрос-ответ»» [Шарапов 2017, с. 390.]. Интервью как журналистский жанр зародился в эту эпоху. Однако, как отмечает А.В. Колесниченко, интервью в современном понимании появилось в СМИ лишь в первой половине XX века. Это было связано с развитием радио, для которого интервью – наиболее подходящий жанр. «Михаэль Халлер объясняет рост популярности интервью тем, что все больше стран переходили к демократии, и кандидаты на выборные должности оказались вынуждены отвечать на вопросы журналистов, обосновывая свои притязания на власть. Брать интервью у монарха, ставя под сомнение его способность управлять страной, было немыслимо. Брать же интервью у кандидата в президенты либо у самого президента – вполне нормально» [Колесниченко 2013, с.89.].

В России жанр интервью окончательно сформировался к середине XX века, правда на тот период он отличалось сухостью изложения и штампованными фразами, а главной целью имел демонстрацию производственных успехов. «Период «оттепели» в отечественной журналистике можно считать рассветом жанра интервью. Этот период ознаменован снижением давления на средства массовой информации со стороны правительства страны. Еще большую популярность жанр интервью приобретает в перестроечное время. В наши дни интервью становится во главе всех жанров журналистики во всех средствах массовой информации» [Шарапов 2017, с. 390.]. Развитие интервью через призму технического прогресса рассматривает А.Н. Зайченко. Автор отмечает, что на радио интервью пришло из газет и довольно быстро адаптировалось, обрело черты,

характерные для звучащей журналистики. И если в газете содержание интервью отвечает на вопрос, что сказал интервьюируемый, то на радио – что и как сказал интервьюируемый. «Телевизионное интервью обогатило жанр традиционного интервью существенным качеством – зрелищностью. Источником информации становится не просто звучащая речь, со всем богатством ее риторики, интонационной, эмоциональной окраски, как на радио, но и мимика, жест, поведение собеседников, а нередко и окружающая их среда. Именно зрелищностью объясняется особая достоверность и, следовательно, широкое распространение жанра интервью в телепрограммах» [Иванова 2009, с.53.].

Классическое интервью предполагает участие двух лиц: интервьюера и интервьюируемого. Также можно выделить третье лицо, для которого, собственно, и проводится интервью – это массовая аудитория. Структурно-композиционные черты интервью стабильны: зачин – основная часть – окончание. Целью зачина является представление собеседника, описание ситуации и т.д.; основная часть представляет собой диалогическое единство, состоящее из взаимосвязанных реплик; окончание интервью содержит выводы, «прощание» с собеседником и другие этикетные нормы. Каждый участник интервью преследует определенную цель: для журналиста это получение социально значимой информации или представление интересного собеседника; для интервьюируемого это выражение собственной позиции или предоставление важной информации; для массового адресата – знакомство с новым человеком, формирование мнения об этом человеке или/и получение новых сведений о какой-нибудь проблеме. «Ориентация на общественный интерес заставляет журналиста обращаться за интервью, прежде всего, к известным политическим и государственным деятелям, деятелям науки, искусства, спорта» [Тепляшина 1997, с.47.].

Основными функциями интервью являются информативная, воздействующая и идеологическая. Первая функция предполагает актуальность темы и обстоятельные ответы респондента на вопросы

журналиста. Вторая функция нацелена на выработку у аудитории определенного мнения и отношения к тому или иному явлению. Идеологическая функция направлена на пропаганду ценностных ориентиров, принятых в конкретную культурно-историческую эпоху. И.В. Иванова выделяет следующие основополагающие признаки интервью:

- целенаправленность беседы для ее распространения в СМИ;
- интервьюируемый – общественно значимая фигура;
- непосредственное общение собеседников;
- вопросно-ответный комплекс;
- двуадресность – предназначенность для информирования и воздействия не только на участников диалога, но и на читателя (зрителя, слушателя) [Иванова 2009, с.9-10.].

На протяжении всего процесса общения журналист внимательно контролирует ответы и реакцию партнера, может уточнить, переспросить, поменять тему, вернуться к теме, высказать собственное мнение и т.п. Если использовать музыкальную метафору, то журналист в интервью – это дирижер, который руководит ходом музыкального действия, при этом фактически он располагается лицом к исполнителю, но работает исключительно на публику.

Как верно отмечает В.Л. Цвик, жанр интервью используют тогда, когда интервьюируемый может сказать больше, чем журналист [Цвик 2009, с.272.]. В зависимости от целей интервью выделяют следующие его виды [Шарапов 2017, с.668-670.]:

- информационное интервью (задача журналиста – получение новой информации);
- аналитическое интервью (задача журналиста – подробное изучение общественно-важных проблем);
- интервью-портрет (задача журналиста – создание объемного образа конкретного человека, в том числе за счет демонстрации его индивидуальных речевых особенностей).

В основе информационного интервью лежит социально важное событие. Аналитическое интервью предполагает углубленное изучение явления или проблемы, поэтому в таком интервью наиболее актуальными становятся вопросы не что, где, когда, а как, почему, по какой причине, каким образом и т.п., которые смогут отразить отношение респондента к событию. Целью портретного интервью является создание яркого эмоционально-психологического образа собеседника, поэтому акцент делается на особенностях личности интервьюируемого. Такое деление интервью на виды далеко не единственное: в научной литературе встречается много типологий классического интервью. Деление на виды производится в зависимости от темы и цели беседы, например М. Шостак предлагает следующую классификацию: информативные, экспертные, проблемные, интервью – «знакомства» (портретные, разоблачающие, «звездные») [Шостак 1998, с.44.]. Ю.З. Кантор выделяет типичные «коммуникативные» роли интервьюера: интервьюер-партнер, интервьюер-конформист, интервьюер-дипломат, интервьюер-агрессор, смешанный тип [Кантор 2001, с.191.]. Соответственно, от выбранной роли зависит стиль ведения интервью. «Выделяют два основных стиля ведения интервью — «мягкий» и «жесткий». В первом случае интервью подразумевает спокойное, вежливое общение журналиста и респондента. Замечания и противоречия в ответах собеседника уточняются в деликатной форме, чаще всего с извинениями (например, «извините, но я считаю...»). В «жестком» стиле, журналист может задавать неловкие и наводящие вопросы, ловить на противоречиях или оказывать некоторое психологическое давление. Такой тип интервью применяется для выявления у респондента эмоционально закрытых сфер, связанных с угрозой собственного «я»» [Шарапов 2017, с.668-670.].

Умение найти «общий язык» с собеседником является одной из основных задач журналиста. Немаловажную роль при этом играет правильный отбор вопросов для интервью. Как утверждают специалисты, нередко бывает трудно сформулировать вопросы, поэтому журналист должен

заранее продумать, какие проблемы станут для аудитории актуальными, что привлечет ее внимание [Лукина 2003, с.8-17.]. Традиционно выделяет закрытые и открытые вопросы, а также вопросы о фактах, мнениях, желаниях и т.д. По функциональной направленности вопросы делятся на контрольные, уточняющие, зондирующие, зеркальные, эстафетные, вопросы-мосты, заключающие [Доева 2015, с.244.]. М.М. Лукина выделяет еще одни виды вопросов: количественные (служат для выяснения количественных характеристик объекта или события), гипотетические (что произойдет, если...), проектные (для изучения внутреннего мира собеседника), пассивные и мимические (вербальное или невербальное побуждение человека к продолжению разговора), а также «немые» вопросы, стимулирующие диалог без слов с помощью пауз. В ходе интервью журналист не всегда использует только вопросы. Часто контакт поддерживается с помощью реплик, которые могут выполнять различные функции: вторгаться в чужую речь, выражать отношение к высказыванию, разрывать речь, использоваться как повтор или вопрос-переспрос, продолжать какое-то высказывание и др. Вопрос о степени произвольности, спонтанности и неподготовленности вопросов и реплик, как журналиста, так и интервьюируемого является сложным и неоднозначным. «Так, вопросы интервьюера могут строиться либо на последовательном развитии определенной, заранее продуманной схемы, либо опираться лишь на предыдущую реплику респондента (т.н. «пошаговое развитие интервью»). В печатных интервью не исключается определенное редактирование высказываний обоих коммуникантов. В устном интервью (теле- или радио-) даже корреспондент, имеющий перед собой записанные вопросы, вряд ли способен исключить элементы спонтанности, экспромта. Тенденция к расширению прямого эфира, большей аутентичности устных и печатных интервью отражается и на структуре текстов интервью, придавая им большую установку на неофициальность» [Красноперова 2007, с.264-265.]. Именно поэтому современное интервью становится все более

эмоциональным. Особенно это касается портретных интервью, где главным действующим лицом, как правило, является известная личность, чьи человеческие, нравственные, духовные качества журналист стремится раскрыть. Для реализации этой цели используется большое количество вопросов личного характера, нестандартное построение и относительно стандартный список подтем. В плане стилистики портретное интервью ориентировано на нормы устной речи, однако многое здесь зависит еще и от индивидуальных языковых особенностей интервьюера и интервьюируемого. Тексты портретных интервью приближены к неформальной беседе. Популярность портретного интервью обусловлена не только информационной функцией и удобной вопросно-ответной формой подачи материала, но и возможностью получить дополнительные, эксклюзивные сведения о личности респондента. «Интервью, в основе которого заложен психологический вербально-коммуникативный подход, предоставляет возможность раскрыть образ собеседника с разных ракурсов: выйти за пределы профессиональной деятельности респондента, показав другие стороны жизни, характера, образа мыслей человека. Эта жанровая особенность интервью (а также получение сведений из «первых уст», что повышает степень достоверности информации, производит эффект открытости собеседника) имеет уникальную возможность формировать или менять мнение и отношение аудитории к главному герою диалога» [Рева 2012, с.75.].

Как правило, портретное интервью характеризуется неравнозначностью ролей собеседников: «интервьюер – это посредник..., он работает в пользу собеседника, помогая ему раскрыться вопросами. Лицо, дающее интервью, интервьюируемый, имеет право на развернутое представление своих впечатлений и мнений» [Матвеева 2010, с.130.]. Но в некоторых случаях интервьюер отступает от роли посредника и становится полноправным участником беседы. При этом личность интервьюера должна быть известной и уважаемой, тогда его мнение может быть интересно

массовой аудитории. Ввиду того, что психологическая дистанция между коммуникантами в портретном интервью уменьшается, жанр может принимать черты беседы или дискуссии, что, в свою очередь, приводит к конфронтации или кооперации интервьюера и интервьюируемого.

Таким образом, интервью представляет собой сложный вид дискурса, сочетающий подготовленный, спонтанный и периодически возобновляемый варианты его проведения [Плотникова 2000, с.244.]. Другими словами, «интервью строится по определенным, установленным канонами жанра правилам, ход интервью обусловлен социально значимой темой и выбором участника, но невозможно продумать весь ход интервью и предусмотреть все факторы, способные повлиять на процесс интервьюирования» [Красноперова 2007, с.264.].

1.2 Особенности жанра интервью в современной российской журналистике

Современное определение понятия «интервью» несколько шире самых первых определений, в которых интервью как жанр понимался в качестве предназначенной для печати беседы «какого-либо известного деятеля с корреспондентом по вопросу, имеющему общественный интерес» [Толковый словарь русского языка 1994, с.216.]. Современные авторы отмечают расширение групп интервьюируемых. В качестве респондентов могут выступать любые лица, которые представляют интерес для аудитории. При этом личностная информация является значимой, т.к. зачастую аудитория оценивает полученные сведения исходя из персональных качеств носителя информации. «Еще совсем недавно читателя интересовали факты, события, происшествия и достижения. Сегодня акценты смешаются: становится важен человек – творец этих событий, личность. Читателю интересны мнения, подробности и комментарии из уст людей, которым в силу их общественного положения можно доверять» [Пичугин 2005, с.118.].

Помимо выхода на первый план личности интервьюируемого, его способности донести важную информацию до других людей, Т.Н. Исакова отмечает еще две причины, по которым интервью не теряет своей актуальности: во-первых, это популярность информационных жанров, а во-вторых, метод интервью чаще других методов дает материал для публикаций. Также популярность интервью связана со сменой роли самой аудитории в обществе: «от пассивного потребления медийного продукта к равноправному участию, соучастию, в обмене информацией. Все это отражает тенденцию перехода от процесса информирования к коммуникации как взаимодействию. И здесь интервью является незаменимым помощником в работе любого журналиста» [Исакова 2009, с.19.]. Ряд исследователей трансформации интервью отмечают и другие изменения. Например, Н.Д. Хусаинова выделяет такие признаки, как частотность, динамичный темп ведения беседы, обращение к новым, интересным фактам [Хусаинова 2017, с.38-39.]. Е.Б. Сахнова отмечает следующие признаки:

- объемное пространное предисловие вместо традиционной довольно жестко структурированной врезки, как правило, отвечающей на вопросы о чем интервью? с кем? иногда где? когда? в каких условиях?;
- вопросы интервьюера могут быть в форме объемной, структурно-семантически сложной реплики;
- журналистский текст занимает более 30% общего объема текста;
- кроме прямых вопросов, реплики журналиста могут выражать согласие / несогласие с позицией собеседника, собственное мнение как реплику-стимул;
- возможны «лирические отступления» журналистов;
- возможны реплики - сообщения вместо традиционных для интервью реплик-вопросов [Сахнова 2014, с.147-148.].

Расширение видового разнообразия интервью связано с социальными изменениями, а трансформация жанра отражается в жанрообразующих признаках. А.Г. Пастухов выделяет следующие факторы, которые

определяют жанровую специфику интервью: степень политематичности; продолжительность (объем); степень структурированности; объем обсуждаемой личностной информации; уровень конфликтосодержащей информации; степень национальной ориентированности интервью; степень прямолинейности трактовки информации; склонность к доминированию в общении; условия смены ролей коммуникантов [Швец 2013, с.159.]. Для российского интервью характерны:

- пространность;
- высокая речевая активность журналиста;
- преобладающая политематичность интервью;
- большой объем;
- умеренная структурированность;
- выраженная склонность к доминированию в общении, проявляемая в объеме реплик коммуникантов, мене ролей говорящих, в комментариях журналистами высказываний интервьюируемых, варьировании реплик коммуникантов в зависимости от значимости информации;
- наличие большого количества личностной информации об интервьюируемом;
- склонность коммуникантов к озвучиванию «конфликтосодержащей» информации в ходе интервью [Швец 2013, с.159.].

Как замечают исследователи, в последнее время интервьюер стал активным участником коммуникации, а интервью стало для него не только способом получения интересующей его и аудиторию информации, но и способом самопрезентации и возможностью высказать собственную точку зрения на проблему. Поэтому сейчас можно говорить о возросшей социальной значимости интервьюера и его роли в формировании общественного мнения.

Е.А. Голанова выделяет две основные речевые позиции современного интервьюера:

- интервьюер традиционно вежлив, корректен, придерживается норм публичного общения, вопросы, как правило, подготовлены заранее;
- интервьюер – представитель «новой волны» журналистов, обладает своей «языковой маской», психологической раскованностью и свободой в выборе языковых средств, вопросы часто не готовятся вовсе [Голанова 2002, с.435.].

В целом речевая структура интервью ориентирована на нормы устной публичной речи, но в настоящее время наблюдается тенденция к большей речевой свободе, проникновению в тексты интервью не только литературно-разговорных, но и нелитературных элементов. Такое послабление официальности, снижение этикетных норм, как замечает И.В. Иванова, «подчас является катализатором острой коммуникативной ситуации, порожденной демонстрацией ведущим неприятия позиции собеседника или желанием вызвать его на живой диалог» [Иванова 2009, с.57.]. Поэтому конфликт в ходе интервью не всегда имеет деструктивный характер, в некоторых случаях он направлен на создание динамичного естественного взаимоотношения партнеров по общению.

Интервью – один из наиболее активно развивающихся жанров телевидения, о чем свидетельствует появление множества программ, имеющих форму интервью или фрагментарно его использующих. В настоящее время наблюдается обновление телевизионных интервью, появление новых жанровых форм, например, «прямая линия», «интервью одного журналиста с несколькими общественными деятелями, интервью двух ведущих с одним интервьюируемым, ежегодные пресс-конференции В. Путина для российских и иностранных журналистов [Иванова 2009, с.54.].

В связи с модификацией жанра интервью Е.Б. Сахнова выделяет традиционное интервью и «околоклассические» интервью. В традиционном интервью журналист является посредником между аудиторией и интервьюируемым, поэтому его вмешательство в ответ собеседника, комментарии и высказывание собственного мнения является неуместным.

«Опытный журналист успешно использует определенное самоограничение для достижения более важной цели – максимального самораскрытия интервьюируемого лица» [Колесниченко 2008, с.53.]. В традиционном интервью на ответ гостя отводится 70-90% текста [Лукина 2005, с.91.]. При этом тональность общения напрямую зависит от речевых позиций участников интервью. «Околоклассические» интервью отличаются от традиционных ролью интервьюера: журналист уже не интервьюер, а ведущий передачи. «Формат передачи предполагает не только вопросы представителя СМИ и ответы интервьюируемого, но и обмен мнениями. Поэтому ведущие «околоклассических» интервью – это обязательно авторитетные журналисты, мнение которых интересно массовому адресату так же, как и мнение гостей передач. Журналист может дополнять ответ интервьюируемого, комментировать, уточнять его. Однако ведущий и гость передачи не равноправны. Основным говорящим, как и в классическом интервью, все же остается приглашенный собеседник» [Сахнова 2013, с.101.]. Подобного мнения придерживается С.В. Штырева: социальные роли интервьюера и интервьюируемого равны, но их речевые роли ассиметричны. При этом главную организационную роль играет интервьюер, а главную содержательную роль – интервьюируемый [Штырева 2006, с.18.].

Как справедливо отмечает А.Г. Пастухов, «важно иметь в виду, что на тип и концептуальную направленность интервью оказывают влияние реальное функционирование того или иного медиа» [Пастухов 2013, с.172.]. По мнению многих исследователей в 2017 году произошла настоящая медиареволюция, которая привела к радикальным преобразованиям существующей системы СМИ, что в свою очередь внесло изменения в практику медиапотребления, динамику доверия к СМИ, организацию социального пространства. Веб-ресурсы (материалы Youtube-каналов, посты в социальных сетях и т.д.) становятся все более популярными среди населения. «Несмотря на то, что телевидение пока остается наиболее распространенным СМИ (в первую очередь, по причине широкого охвата

своим сигналом – на 98% территории страны), Интернет продолжает отвоевывать позиции у некогда безальтернативного ТВ (особенно в крупных городах). Усиливает темпы миграция аудитории в Интернет и явление «кризиса доверия» к «традиционным» медиа» [Ефанов 2018, с.64.]. Как результат, упрочняется позиция представителей гражданской журналистики – блогеров и обычных пользователей социальных сетей. При этом блогеры не ограничиваются постами на различные темы, они ведут свои видеоблоги, а одна из самых известных Интернет-персон 2017 года Ю. Дудь на своем Youtube-канале берет интервью у известных людей. Безусловно, в интернет-среде жанр интервью приобретает свои специфические особенности, характерные для данного медиапространства.

Таким образом, трансформация современного интервью выражается в смещении способов подачи информации, изменении языка и стиля текстов СМИ, корректировке принципов взаимоотношений коммуникаторов, поиске новых форм, формировании эффективных приемов и методов представления факта и мнения, степени участия аудитории, установке на разговорную речь, спонтанность коммуникации и т.п. К основным причинам, повлиявшим на эти процессы, относятся изменения в общественно-политической жизни общества, медиареволюция, изменение потребительских предпочтений, персонификация и персонализация журналистского текста [Выровцева 2015, с.207-213.].

1.3 Коммуникативные стратегии, тактики и ходы проведения интервью

Интервью как один из жанров диалогического общения можно рассматривать с разных точек зрения. Современные исследователи предлагают подход, основанный на анализе коммуникативных стратегий собеседников. Как замечает Ю.В. Красноперова, интервью сочетает в себе черты информатики и фатики. К информативным жанрам интервью

относится в силу своего глобального коммуникативного намерения и некоторых входящих в него субжанров (вопрос, рассказ, описание, аргументация и др.), в то же время природа центральных составляющих его субжанров (колкость, комплимент) выдвигает на первый план черты фатической речи. «Принадлежность к различным семантическим зонам пространства коммуникации предполагает в развитии интеракции интервью многообразие внутрижанровых стратегий и тактик речевого поведения. Это, в свою очередь, делает интервью полем, где происходит высвечивание черт языковых личностей участников коммуникации» [Красноперова 2007, с.261.].

По определению О.С. Иссерса, «речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 2011, с.181.], при этом каждый участник, преследуя определенные цели, использует те или иные коммуникативные стратегии. При анализе коммуникативных стратегий исследуются «более «мелкие» единицы, а именно коммуникативные тактики, шаги и ходы. Коммуникативные тактики являются комплексными вербальными единицами реализации стратегии, осуществляемые набором коммуникативных шагов. Коммуникативный ход соотносится непосредственно с вербальными средствами реализации коммуникативных шагов в отдельности и коммуникативных тактик и стратегий в целом» [Нестерюк 2015, с.85.]. «Коммуникативный ход, в свою очередь, может состоять из одного или нескольких речевых актов, которые неравнозначны в функциональном плане: различают основной речевой акт и один или несколько зависимых. Минимальной же структурной единицей диалога-интервью выступает диалогическое единство, которое состоит из реплики-стимула и реплики-реакции и носит преимущественно вопросно-ответный характер» [Джандалиева 2012, с.89.]. Таким образом, стратегия – это генеральная линия коммуникативного поведения, которая может иметь некоторые отступления в отдельных шагах, подвергаться корректировке исходя из контекста дискурса. С помощью текстовых стратегий

коммуниканты определяют, какие вербальные средства релевантны для достижения намеченных ими целей [Клюев 2002, с.285-289.]. Другими словами коммуникативные стратегии и тактики реализуются с помощью различных языковых средств: лексических, грамматических, интонационных.

Существуют различные классификации коммуникативных стратегий. Например, О.С. Иссерс делит стратегии по степени глобальности целей на основные и вспомогательные. Основные призваны воздействовать на поведение адресата, его систему ценностей и картину мира. Вспомогательные стратегии помогают решить конкретные коммуникативные задачи и делятся на прагматические (стратегия самопрезентации, а также статусные, ролевые, эмоционально-настраивающие стратегии), диалоговые стратегии (стратегия контроля над темой, стратегия контроля над инициативой и др.) и риторические стратегии (стратегия привлечения внимания, стратегия драматизации) [Иссерс 2008, с.106.].

Коммуникативные стратегии у А.А. Горячева делятся на две группы (имея в основе классификации то же двойное действие языковых средств):

- информационно-формирующие стратегии – стратегии, направленные на создание обладающего воздействующим потенциалом образа объекта;
- оптимизирующие стратегии – те стратегии, которые создают условия для эффективной коммуникации (в частности, оптимизируя процессы передачи, восприятия, запоминания и др.) и непосредственно не связаны с созданием образа объекта [Горячев 2010, с.37.].

Ввиду того, что в основе любого диалогического взаимодействия лежат две фундаментальные установки – кооперация и конфликт, на сегодняшний день самое распространенное деление коммуникативных стратегий включает две большие группы – стратегия кооперации и стратегия конфронтации [Ланских, 2008, с.11.].

Как отмечает Н.Н. Кошкарова «толерантность и конфликт как коммуникативные феномены функционируют в рамках противоположных

явлений, находящихся на разных полюсах вектора «конфликтность – кооперативность» [Кошкарова 2010, с.89.], а именно гармоничного дискурса и конфликтного дискурса». Гармоничный дискурс предполагает позитивную направленность, кооперативное межличностное общение, сдержанность по отношению к собеседнику, умение предотвратить ссору. Коммуникативные роли в гармоничном дискурсе асимметричны: интервьюер начинает и завершает интервью, вводит тему и продолжает ее, задает вопросы. Интервьюируемый высказывается по вопросам, комментариям и отзывам интервьюера, основная содержательная роль принадлежит ему. Стратегию кооперации называют еще диалогом согласия [Тюпа 2015, с.37.], стратегией развития [Максимова 2005, с.317.], стратегией сотрудничества [Шмакова 2015, с.192-193.]. Главная черта – «взаимодействие «чужого» и «своего» на основе принципов взаимодополняемости, установке на согласование разных точек зрения и толерантность, поиск общих оснований, синтез смысловых позиций» [Шмакова 2015, с.192-193.].

В ином ключе проходит интервью при конфронтационной стратегии. «Конфликтный компонент в вопросной части интервью порождает особый его тип — «интервью-конфронтацию»» [Сандлер 2017, с.176-177.]. Журналист, как правило, подходит к такому интервью с уже сложившимся мнением, стремится его продемонстрировать и опровергнуть точку зрения собеседника. В вопросах нередко присутствует упрек, ирония, провокация, речевая агрессия и т.д. Все это призвано сформировать необходимый для журналиста эффект, независимо от ответов собеседника. Целью журналиста является постановка интервьюируемого в затруднительное положение, подталкивание к саморазоблачению. Таким образом, стратегия конфронтации характеризуется авторитарной моделью, желанием доминировать, при этом этические правила речевого общения уходят на задний план. Происходит дисгармония отношений между коммуникантами, увеличивается позиционно-смысловая дистанция, огрубляется диалог, вытекающий в спор, полемику. В некоторых случаях журналист пытается

сгладить конфликт, поэтому стратегии поведения в конфликте могут принимать различные формы: соперничество (навязывание другой стороне предпочтительного для себя решения); сотрудничество (поиск решения, которое удовлетворяло бы обе стороны); приспособление (понижение своих стремлений и принятие позиций оппонента); избегание (отсутствие активных действий по разрешению конфликта).

Итак, кооперативное общение направлено на повышение статуса коммуникативного партнера, создание положительной тональности общения, а конфликтное общение предполагает понижение статуса коммуникативного партнера, коммуникативное противостояние и, как результат, негативную тональность общения. Очевидно, что каждая стратегия имеет определенные тактики для реализации поставленных целей. Какого-то сформировавшегося деления тактик в современной науке нет: все исследователи, анализируя тот или иной материал, предлагают свои наименования стратегий и тактик. На наш взгляд А.В. Ланских предлагает наиболее подробное описание (см. таблицу 1.1).

Таблица 1.1 – Стратегии и тактики по коммуникативному результату (концепция А.В. Ланских)

| Кооперативные стратегии | Репрезентирующие тактики |
|--------------------------------|--|
| стратегия солидаризации | тактика выражения согласия тактика присоединения к мнению тактика создания мы-общности тактика противопоставления они-общности тактика демонстрации готовности к сотрудничеству тактика призыва к совместному действию тактика совета тактика уверения тактика выбора общего кода общения тактика интимизации (сокращения коммуникативной и физической дистанции) тактика запроса утешения тактика запроса эмоциональной поддержки тактика эмоциональной поддержки |
| стратегия искренности | тактика признания тактика выражения эмоционального состояния тактика выражения намерения тактика обещания (чего-либо желаемого коммуникативным партнером) тактика самокритики, призыва к откровенности |

Продолжение таблицы 1.1

| | |
|---|---|
| стратегия повышения статуса коммуникативного партнера | <p>тактика выражения заинтересованности содержанием речи коммуникативного партнера</p> <p>тактика предложения / развития темы, относящейся к экспертной зоне коммуникативного партнера</p> <p>тактика похвалы</p> <p>тактика гиперболизации позитивной эмоциональной реакции</p> <p>тактика комплимента</p> |
| стратегия самопрезентации | <p>тактика самохарактеризации</p> <p>тактика понижения собственного статуса</p> <p>тактика самоиронии</p> <p>тактика цитирования чужого мнения, содержащего позитивную оценку говорящего</p> |
| стратегия создания позитивной тональности общения | <p>тактика выражения положительного эмоционального состояния</p> <p>тактика шутки</p> <p>тактика позитивной констатации</p> |
| Конфронтационные стратегии | Репрезентирующие тактики |
| стратегия понижения статуса коммуникативного партнера | <p>тактика обвинения</p> <p>тактика осуждения</p> <p>тактика обличения</p> <p>тактика оскорбления</p> <p>тактика укора</p> <p>тактика упрека</p> <p>тактика насмешки</p> |
| стратегия самопрезентации | <p>тактика демонстрации личного превосходства (умственного, морального)</p> <p>тактика демонстрации собственной правоты</p> |
| стратегия доминирования говорящего | <p>тактика демонстрации негативных эмоций по отношению к коммуникативному партнеру</p> <p>тактика приказа</p> <p>тактика угрозы</p> <p>тактика игнорирования</p> <p>тактика запроса возражений</p> <p>тактика замечания</p> <p>тактика разрыва контакта</p> |
| стратегия коммуникативного противостояния | <p>тактика выражения неприятия слов коммуникативного партнера</p> <p>тактика неприятия речевой манеры</p> <p>тактика выбора контрастного кода общения</p> <p>тактика выражения несогласия</p> <p>тактика дистанцирования</p> |
| стратегия гармонизации общения | <p>тактика призыва к примирению</p> <p>тактика отрицания вины</p> <p>тактика оправдания</p> <p>тактика уступки</p> |
| стратегия создания негативной тональности общения | <p>тактика выражения отрицательного эмоционального состояния</p> <p>тактика негативной констатации</p> |

Данный перечень, даже несмотря на его детализацию, нельзя назвать исчерпывающим, потому как в других исследованиях мы видим иные наименования. Например, Н.Н. Кошкарлова в кооперативной стратегии выделяет тактику просьбы, уточнения, извинения, согласия, комплиментации, умалчивания, принятия нейтралитета, уклонения от ответа, подтверждения своей позиции [Кошкарлова 2010, с.90.]. Т.В. Марченко в гармоничном дискурсе выделяет четыре основные тактики: единение, аналогию, апелляцию к лучшему опыту и иллюстрацию [Марченко 2016, с.243-244.]. «Универсальными для конфликтного и кооперативного речевого поведения являются стратегия самопрезентации и стратегия запроса информации. Каждая стратегия может реализовываться одной или целым набором тактик, при этом тактики могут дополняться и комбинироваться» [Нестерюк 2013, с.103-104.]. К основным дискурсивным стратегиям Ю.В. Красноперова [Красноперова 2005] относит стратегии сближения и дистанцирования. Они реализуются с помощью следующих тактик: тактики смены темы/ввода новой темы, развития темы, переформулировки, тактики «вызов», уклонения от ответа. Тактика смены темы/вода новой темы реализуется при помощи следующих коммуникативных ходов: «подсказка новой темы интервьюируемым», «вынуждение смены темы», «перехват инициативы». Тактика развития темы происходит посредством коммуникативных ходов «подсказка», «подхват» и «приведение примера». Тактика переформулировки реализуется с помощью следующих ходов: «выведение импликации», «уточнение импликации», «запрос о подтверждении импликации», «кооперативное завершение», «приведение примера/сравнения». В тактике «вызов» используются следующие коммуникативные ходы: «непоследовательность в суждениях», «расхождение между мнением и действительностью», «противоположные мнения авторитетных источников», «переход на личность». Интервьюируемый также может использовать различные ходы. Например, «поправка» (коррекция слов интервьюера) и указание на «неправомерность

вопроса» (сомнения в достоверности задаваемого интервьюером вопроса). Также сюда относится тактика уклонения от ответа, реализующаяся при помощи следующих ходов: «отказ о предоставления личной информации», «утаивание информации», «ситуативно-ограниченное уклонение», «смещение прагматического фокуса». Выбор конкретных тактик и реализующих их коммуникативных ходов оказывает непосредственное влияние на диалогическое взаимодействие.

Ю.В. Нестерюк [Нестерюк 2015] первым коммуникативным шагом интервьюера называет «контекстуальную тактику ввода темы», необходимую для передачи массовой аудитории некой совокупности сведений, а также уточнения у интервьюируемого правильности называемых сведений. В рамках данной тактики реализуется ряд текстовых тактик: тактика информирования, тактика установления контакта, тактика противопоставления. Тактика информирования реализуется при помощи названия фактов (повествовательные предложения, сложно-сочиненные предложения, цитирование интервьюируемого). Тактика установления контакта (оценочная лексика, разговорные выражения) активизирует внимание и пробуждает интерес к теме у интервьюируемого и аудитории. Тактика противопоставления может проявляться по-разному: на уровне противопоставления одного коммуникативного партнера другому, на уровне темы и др. В основной части интервью журналист использует «контекстуальную тактику развития общей темы беседы». Сюда входит «тактика запроса информации», побуждающая интервьюера к ответу на вопросы, «контекстуальная тактика удерживания беседы в рамках предложенной адресантом темы», «тактика эксплицитного дистанцирования» (несогласие журналиста с интервьюируемым), «контекстуальная тактика смены темы», «текстовая тактика имплицитной критики» (лексические единицы с негативным значением), «текстовая тактика конкретизации/уточнения». С целью смягчения критики используются «контекстуальная тактика поддержания контакта» и «текстовая тактика

смягчения категоричности высказывания». «Умелое использование тактик демонстрирует разнообразие возможностей ведения диалога в жанре интервью и доказывает существование в средах общения своеобразных алгоритмов коммуникационного поведения» [Нестерюк 2015, с.90.].

Выбор дискурсивной стратегии и тактик ее реализации зависит от типа журналистского интервью. Например, М.В. Юрина [Юрина 2006] исследовала политическое интервью, выделила стратегии интервьюера: протекционистская стратегия (включает тактику дискредитации политических оппонентов интервьюируемого), провокативная стратегия (включает тактику призыва к откровенности, указания на противоречия) и стратегия принятия нейтралитета. Стратегии интервьюируемого в политическом интервью: стратегия самопрезентации (включает тактику дискредитации политических оппонентов), стратегия встречного нападения (включает тактику метакоммуникативного комментария и тактику контрвопроса), оборонительная стратегия (включает тактику ухода от ответа) и стратегия принятия нейтралитета. При этом одна стратегия является приоритетной, а тактические приемы других коммуникативных стратегий ее дополняют.

Е.Ю. Джандалиева [Джандалиева 2012, с.87.] обращается к анализу коммуникативного поведения участников портретного интервью. Автор отмечает, что интервьюер в портретном интервью ставит цель получить специальную, личную, малоизвестную информацию, имеющую персональный характер и являющуюся новой. Журналист является инициатором и координатором беседы, а формы его высказывания направлены лишь на получение информации о личности человека, раскрытие какой-либо его грани. Ввиду этого в портретном интервью основной коммуникативной стратегией является стратегия презентации собеседника, в ходе которой интервьюер должен заручиться доверием и найти подход к человеку. Для этого журналист использует определенные коммуникативные ходы (см. таблицу 1.2), которые в свою очередь делятся на две большие

группы: иницирующие ходы интервьюера и реагирующе-иницирующие ходы интервьюера. Первые независимы от предшествующего контекста и, в частности, от предыдущего хода интервью. Вторые формулируются на основе предшествующего контекста и зависят от предыдущего коммуникативного хода интервьюируемого. Что касается основной стратегии интервьюируемого в портретном интервью, то ею является стратегия самопрезентации, позволяющая раскрыться личности через серию ответов на вопросы журналиста. При этом интервьюируемый использует ряд тактик (см. таблицу 1.2).

Таблица 1.2 - Стратегия презентации собеседника и самопрезентации интервьюируемого (концепция Е.Ю. Джандалиевой)

| Коммуникативные ходы в стратегии презентации собеседника | Коммуникативные тактики в стратегии самопрезентации |
|---|---|
| Запрос информации (необходим для получения новой информации) | тактика содействия (полные, по возможности правдивые ответы на вопросы) |
| Уточняющий коммуникативный ход (необходим для конкретизации ответа собеседника) | тактика противодействия (отказ отвечать на вопрос) |
| Вопрос-удивление (добавление экспрессии) | тактика уклонения (нежелание открывать запрашиваемую информацию) |
| Утверждение (необходим для побуждения собеседника прокомментировать уже известную ему информацию или дополнить информационный ряд, а также для введения новой подтемы интервью) | |
| Вывод (следует за цепочкой вопросно-ответных диалоговых единств и выражает мнение журналиста о собеседнике, которое складывается по ходу беседы) | |
| Оценка (намерение интервьюера – дать положительную или отрицательную характеристику личности собеседника, с которой тот может согласиться или нет) | |
| Предположение (представляет собой утверждение, но с модальным оттенком неуверенности, сомнения) | |
| Возражение (выражение несогласия с высказыванием собеседника, побуждение собеседника аргументировать свою позицию) | |
| Утверждение и запрос информации (осуществляет смену темы / подтемы и ввод новой темы / подтемы разговора) | |

Е.Ю. Джандалиева отмечает, что ответная реплика интервьюируемого может носить прямой и косвенный характер. Прямой ответ включает

информацию, соответствующую инициирующему коммуникативному ходу, и делится на несколько разновидностей:

- ответ в соответствии с запросом;
- ответ в соответствии с запросом плюс предоставление дополнительной информации, связанной с запросом или прямым ответом интервьюируемого (объяснение, уточнение, исправление содержания или корректировка коммуникативного хода интервьюера);
- ответ-согласие с содержанием коммуникативного хода интервьюера;
- ответ-несогласие с содержанием коммуникативного хода интервьюера;
- ответ-обоснование с целью убеждения;
- отсроченный ответ.

Косвенный ответ – это коммуникативный ход уклонения интервьюируемого от прямого ответа. Создается впечатление, что человек на вопрос ответил, но по факту дается неполный или неточный ответ. Еще одним коммуникативным ходом уклонения является встречный вопрос, который нередко содержит оттенок иронии о неуместности задаваемого журналистом вопроса, и прямой отказ от ответа. Коммуникативный ход перебивание выражает в форме просьбы или требования и является явным противодействием намерению журналиста развить ту или иную тему. «Таким образом, интервью-портрет предстает как один из жанров сферы массовой коммуникации, в рамках которого вырабатывается типичная модель речевого взаимодействия участников общения» [Джандалиева 2012, с.99.].

Итак, анализ коммуникативного поведения участников интервью может дать большой простор для интерпретации тех или иных стратегий, тактик и ходов. Некоторые наименования мы встречаем в единичных работах, некоторые закрепляются и используются большинством авторов. Например, стратегии кооперации и конфронтации в интервью являются точкой отсчета практически любого анализа коммуникативного поведения. Мы также в первую очередь будем исходить от этого деления с рассмотрением основных и дополнительных стратегий и реализующих их

тактик и языков приемов. При этом за основу возьмем уже обозначенные исследователями стратегии, тактики и приемы и при необходимости выделим свои.

Выводы по первой главе:

Журналистское интервью является особым жанром, в определениях которого есть интервью как способ получения информации, и интервью как способ предоставления информации. Жанр СМИ – это способ предоставления информации. Ключевое отличие интервью от других публицистических жанров – это диалогическая природа общения, предполагающая вопросно-ответную форму, реализуемую диалогическими единствами, составляющими драматургию беседы. Форма бытования интервью бывает письменной и устной, при этом условия проведения и языковые факторы обуславливают сходства данных форм. Их объединяют литературный язык, структурно-композиционная организация, фоновые знания собеседников, различное количество адресатов и др. На фоне технического прогресса, изменений в общественно-политической жизни общества, потребительских предпочтений, персонификация и персонализация журналистского текста трансформируется и сам жанр интервью. Изменения выражаются в смещении способов подачи информации, изменении языка и стиля общения, корректировке принципов взаимоотношений коммуникантов, поиске новых форм, формировании эффективных приемов и методов представления факта и мнения, степени участия аудитории, установке на разговорную речь, спонтанности коммуникации и т.п. Тексты современных интервью отражают значимые изменения в языковых вкусах и речевом поведении нашего современника.

Речевая стратегия – это планирование и реализация основных задач речевого воздействия в нужном для говорящего направлении. Каждая из стратегий имеет в своем арсенале определенный набор тактик и коммуникативных ходов, которые реализуются при помощи языковых средств. Речевое поведение участников интервью может быть представлено в

двух основных разновидностях коммуникации – кооперативной и конфликтной, соответственно коммуниканты используют как гармонизирующие, так и конфронтационные тактики и ходы.

Глава 2. Анализ коммуникативного поведения ведущих авторских программ «Познер» и «вДудь»

2.1. Коммуникативные тактики и ходы в кооперативных и конфликтных интервью В. Познера

«Познер» – еженедельная авторская программа-интервью журналиста, обладателя премии «ТЭФИ» в номинации «Лучший интервьюер» (в 2009, 2011 г.), одного из самых авторитетных фигур российского телевидения Владимира Познера. Ведущий в прямом эфире обсуждает со своими гостями политику, культуру, спорт, проблемы современного общества. Беседа может быть привязана к актуальному информационному поводу, а может не иметь такой привязки и быть неформальной. В. Познер тщательно выбирает собеседников: как он сам отмечает, персона должна быть интересна не только зрителям, но и ведущему. Среди тех, кто пришел в студию Первого канала – режиссеры, политики, эстрадные артисты, ученые и т.д. Содержательно-композиционно Программа «Познер» представляет собой портретное интервью. Фабулу программы условно можно разделить на три части. Первая часть программы срежиссирована автором: его вопросы составляют содержательно-композиционную канву интервью. Вторая часть интервью состоит из выборочных вопросов опросника Марселя Пруста, на 10 вопросов из которого, выбранных ведущим, предлагается кратко ответить гостю в заключение интервью. При этом некоторых вопросов у Пруста нет, они сформулированы самим Познером. Третья часть представляет собой прощание с телезрителями в виде монолога на актуальную тему в формате эссе.

На первый план в программе выдвигается личность собеседника, ее проявления в тех или иных ситуациях. Другими словами акцент делается не на предмете разговора, а на самом собеседнике, при этом усилена роль ведущего, который создает условия для максимального раскрытия какой-то личностной грани интервьюируемого. Цель телеведущего заключается в том,

чтобы мотивировать собеседника на объяснение поступков, действий, описание чувств или рассуждение на конкретную тему. Диалог ведущего интеллектуально и эмоционально воздействует на аудиторию, предлагая ему информацию для размышления, модели поведения в различных ситуациях и задавая социокультурные ориентиры.

Для достижения макроцели (презентации героя программы и самопрезентации) Владимир Познер использует набор речевых стратегий и тактик, которые в портретных интервью помогают раскрыть личность гостя и подтвердить высокий статус ведущего.

Нам необходимо определить, какие коммуникативные стратегии, тактики и ходы использует ведущий, для того, чтобы создать портрет личности. Отметим, что в рамках портретного интервью речевое поведение ведущего определяется знаниями о герое передачи. Это необходимо для планирования и определения своих речевых действий. Ведущий выбирает ключевую информацию, характеризующую собеседника, которая, в свою очередь, формирует предварительный образ интервьюируемого в сознании ведущего. В рамках программы данный образ либо подтверждается, либо опровергается.

Благодаря анализу отдельных коммуникативных фрагментов можно проследить как в рамках той или иной стратегии, реализуемой различными коммуникативными тактиками и ходами, ведущий добивается поставленной коммуникативной цели. В нашем исследовании мы сделаем акцент именно на тактиках ведущего, без анализа стратегий и тактик собеседника. Это поможет определить базовые тактики ведущего в интервью кооперативного и конфликтного типа, а также составить сравнительную характеристику классического интервью, к которому относится программа «Познер», и современного интервью, к которому относится программа «ВДудь».

Таким образом, в ходе анализа речевого поведения ведущих будут описаны коммуникативные стратегии и тактики, а также речевые ходы, соответствующие вербальному уровню коммуникации. По принципу

дополнительности описывается речевая партия собеседников, т.к. степень конфронтации или установки на гармонизацию общения возможно осознать только при анализе всего речевого взаимодействия. При необходимости комментируются невербальные знаки (жесты, мимика), характеризующие коммуникативных партнеров.

Интервью с Константином Хабенским от 23.04.2018. Хронометраж 49:43.

Ключевая тема: режиссерский дебют К. Хабенского с фильмом «Собибор».

Коммуникативная поведение: кооперация. Основная стратегия: презентация собеседника и стратегия сближения. Ведущий уже в самом начале дает понять, что тема интересна лично ему:

П: У меня есть личная заинтересованность / потому что я давно знаком с этой историей / с людьми / имевшими отношение к ней

Коммуникативные тактики: тактика представления героя, тактика ввода новой темы/смены темы, тактика развития темы, тактика удерживания беседы в рамках предложенной адресантом темы, тактика ретроспекции, тактика экспресс-опроса, тактика самохарактеризации.

Коммуникативные ходы: коммуникативный ход запроса информации, поясняющий коммуникативный ход, коммуникативный ход непоследовательность в суждениях, коммуникативный ход возражение, уточняющий коммуникативный ход, коммуникативный ход вопрос-удивление, коммуникативный ход утверждение, коммуникативный ход предположение, коммуникативный ход утверждение и запрос информации, коммуникативный ход позиционирование, коммуникативный ход проекция, коммуникативный ход оценка.

Тактика представления героя ведущим в начале интервью необходима для характеристики героя, перечисления его социально-статусных ролей. Данная тактика восходит к этикетным нормам и должна настроить

собеседников на конструктивное общение. Осуществляется с помощью стандартных вступительных реплик:

Рассмотрим в качестве примера начало интервью с Константином Хабенским:

П: В эфире программы «Познер» / гость программы / актер / а теперь и режиссер Константин Хабенский // Здравствуйте / Константин Юрьевич

Речевая тактика представления реализуется номинацией двух статусных ролей героя передачи – актер и режиссер. Тактика приветствия реализуется нейтральной этикетной уважительной формулой: *Здравствуйте + Имя и Отчество собеседника.*

После приветствия В. Познер использует поясняющий коммуникативный ход, для того, чтобы выделить новое амплуа Константина Хабенского:

П: Я говорю / теперь режиссер / потому что состоялся ваш дебют в качестве режиссера с фильмом «Собибор» / мировая премьера которого состоялась 23 апреля в Варшаве

Далее используется тактика ввода новой темы/смены темы и коммуникативный ход непоследовательность в суждениях:

П: И конечно / мы об этом фильме поговорим / но хотелось бы начать чуть-чуть с другого // Примерно полтора года тому назад / у вас брали интервью / и вы сказали по поводу режиссерства / я цитирую // я к этой профессии никакого отношения не имею / что изменилось?

Во время ответа К. Хабенского ведущий использует коммуникативный ход вопрос-удивление, для придания экспрессии:

П: Ух ты / лафа!

Подобный коммуникативный ход наблюдается в другом вопросе ведущего:

П: Вы где-то сказали в своем интервью / что ни о чем ни жалеете / меня прям это поразило / но может быть вы праведник / и у вас все такое / как можно ни о чем?

Тактика развития темы предполагает разнообразные коммуникативные ходы ведущего:

- коммуникативный ход запроса информации

П: Есть ли режиссеры / которые для вас являются профессиональным эталоном

П: Скажите пожалуйста / наверное были роли / от которых вы отказывались

П: Какой вы видите основную проблему нашего кино сегодня / а может не видите / я не знаю

- коммуникативный ход утверждение и запрос информации в форме вежливого альтернативного вопроса, предлагающего герою выбрать между двумя своими социальными ролями: актера и режиссера:

П: Я заметил / что скажем часто / музыканты-инструменталисты хотят стать дирижерами / актеры хотят стать режиссерами / такое часто наблюдается / а обратного нет / редко бывает / хотя есть режиссеры / которые прекрасные актеры / но они остаются прежде всего режиссерами / вот вы / вы лично / вы прежде всего себя считаете актером / и если да / то театральным или киноактером / вот если вам сказали / вы можете представиться только одним качеством / вот будьте любезны / представьте себя

- коммуникативный ход предположение

П: Может быть лавры Чаплина не дают вам покоя / он ведь и музыку сочинял к своим фильмам

- коммуникативный ход позиционирование (по нашему мнению данный ход предполагает твердую убежденность интервьюера в чем-либо, что нередко заканчивается принятием интервьюируемым позиции интервьюера)

П: В этой картине «Собибор» вы режиссер / вы исполняете главную мужскую роль

Х: Нет главных ролей

П: Ну я скажу центральную / я смотрел этот фильм / это безусловно центральная роль

Х: Хорошо.

Коммуникативная тактика удержания беседы в рамках предложенной адресантом темы реализуется с помощью коммуникативных ходов возражение и уточняющего коммуникативного хода.

П: А как следует понимать ваши слова / насчет патриотического кино / ну например Левиафан / патриотическое кино / с вашей точки зрения ?

Х: С моей точки зрения / Левиафан фестивальное кино

П: Ну это вы уходите от ответа (коммуникативный ход возражение, побуждающий собеседника аргументировать свою позицию)

Х: (поясняет точку зрения)

П: Я все таки хочу довести эту тему до логического конца / для вас патриотическое кино / это такое кино / которое не критикуют? (уточняющий коммуникативный ход).

В некоторых случаях реплики В. Познера являются достаточно объемными и включают сразу несколько тактик и ходов. Например, в части интервью о «Собиборе» используется тактика развития темы и тактика ретроспекции с коммуникативным ходом «оценка» и коммуникативным ходом утверждения и запроса информации:

Тактика ретроспекции отсылает к прошлому ведущего и призвана доказать достоверность последующего утверждения:

П: Я военный ребенок / в том смысле / что я помню войну / я рос с ненавистью к Германии и немцам / я почему об этом говорю / я посмотрел этот фильм / то как там показаны немецкие офицеры / мне / человеку ненавидящему это все / показалось / что это чуть-чуть перебор

Х: Перебор / в каком смысле?

Ведущим реализуется ход скрытой оценки (в данном случае негативной) на то, как в киноленте были представлены немецкие солдаты.

Тем не менее, свое отношение ведущий вуалирует, используя коммуникативный ход уточнения и утверждения с запросом информации:

П: Ну они все звери / Там ни одного / который проявил хоть столько (показывает пальцами) человеческого / мне кажется что это перебор / или же у вас были фактические основания / чтоб именно так это показать?

Хабенский поясняет свое видение проблемы. В. Познер тему не развивает, т.к. в кооперативном диалоге он не преследует цели противостояния, и не стремится подорвать аргументацию соперника.

При анализе данного интервью мы выделили такой коммуникативный ход, который можно условно назвать проекцией. При нем ведущий «погружает» собеседника в предполагаемую нестандартную ситуацию, для того чтоб раскрыть его внутренние качества.

П: Есть все таки такие вещи / как преступление против человечности / в том числе / например / сжечь 30 человек / которые заперты в амбаре / и тебе говорят все / поджигай / и дальше что?

По нашим наблюдениям, Владимир Познер часто использует прием косвенной самохарактеризации героя, для этого он строит вопросы так, что при ответе на них зрителям видна ценностная картина мира человека.

Тактика экспресс-опроса используется ведущим в конце интервью, для того, чтобы дополнить портрет гостя программы отношением последнего к тем или иным ценностным феноменам. Тактика реализуется с помощью коротких и лаконичных вопросов, на которые герой должен дать неразвернутый ответ, отражающий рассуждение на вечные темы.

П: Когда вы были более всего счастливы

П: Как вы определяете счастье

П: Как вы определяете несчастье

и. т.п.

К. Хабенский на протяжении всего интервью использует тактику содействия, отвечая на все поставленные вопросы. Тем самым, К. Хабенский для В. Познера является кооперативной личностью, работающей «на»

собеседника. Более того, в одном из фрагментов интервью мы видим тактику повышения статуса коммуникативного партнера: с помощью коммуникативного хода «просьба» герой программы предлагает собеседнику высказать свою точку зрения по теме интервью.

П: ...и вообще Пичерский как то не очень у нас фигурировал / вообще что это было / табу / в чем дело / как вы думаете почему / все-таки это уникальное явление в том смысле / что это был единственный успешный побег из лагеря смерти / больше никому это не удалось / только ему / и его сотоварищам / казалось бы / что из этого можно было бы создать легенду / настоящую / это / конечно / геройский поступок / совершенно / а о нем очень мало кто знает / благодаря вашему фильму это / конечно / измениться / слава тебе Господи / но как вы думаете / почему так долго ничего?

Х: У меня была тайная надежда / идя к вам на программу / что вы мне расскажете / что произошло там на самом деле / т.к. я знаю что вы общались непосредственно с этим человеком

Применяя тактику ретроспективы, В. Познер углубляется в прошлое, позиционируя себя в качестве человека компетентного, эрудированного, думающего, умеющего аргументировать свою позицию.

Отметим, что в анализируемом интервью встречается тактика самохарактеризации ведущего, целью которой является формирование в сознании телезрителей своего образа через предъявление собственной системы взглядов, ценностей и т.д.:

П: Я часто думаю / какие фильмы на меня повлияли / именно фильмы / и есть пара-тройка которые изменили мою жизнь / даже один фильм

Таким образом, роль ведущего не сводится только лишь к координированию беседы. Перед нами личность, в некоторых случаях выходящая на первый план.

Интервью с К. Хабенским выглядит последовательным и логичным, иницирующие ходы и реагирующе-иницирующие ходы используются интервьюером примерно в одинаковом количестве. Первые необходимы для

ввода новой темы/смены темы, вторые – для развития темы и удерживания беседы в рамках предложенной адресантом темы. В. Познеру удастся провести интервью по задуманному сценарию, т.к. ответы К. Хабенского в большинстве своем соответствуют запросу журналиста и не отходят от предполагаемых ответов.

Интервью с Шамилем Тарпищевым от 05.02.2018. Хронометраж 52:09

Ключевая тема интервью - ситуация вокруг предстоящих Олимпийских игр.

Коммуникативная поведение: кооперация. Основная стратегия: презентация собеседника.

Коммуникативные тактики: тактика представления героя, тактика ввода новой темы/смены темы, тактика развития темы, тактика переформулировки, тактика ретроспекции, тактика экспресс-опроса, тактика самохарактеризации, тактика «вызов», тактика возврата к теме.

Коммуникативные ходы: коммуникативный ход запроса информации, коммуникативный ход «благодарность», демонстрация готовности к сотрудничеству, коммуникативный ход «намек», коммуникативный ход демонстрация откровенности, коммуникативным ходом «приведение примера/сравнения», коммуникативный ход «стимулирование к рассуждению», коммуникативный ход «вывод», коммуникативный ход создания мы-общности, коммуникативный ход возражение, коммуникативный ход утверждение и запрос информации, уточняющий коммуникативный ход.

Тактика представления включает стандартное приветствие с перечислением социально-статусных ролей героя, а также коммуникативный ход благодарность, призванный подчеркнуть признательность, за то, что интервьюируемый нашел время для общения, даже несмотря на свою занятость:

*П: Гость программы / президент федерации тенниса России / член международного Олимпийского комитета / Шамиль Тарпищев //
Здравствуйте*

Т: Здравствуйте

П: Спасибо что пришли

Т: Взаимно

В начале интервью В. Познер использует коммуникативный ход утверждение и запрос информации:

П: Я хотел бы начать нашу программу с хорошей вести / которую вы / конечно / знаете / что спортивный арбитражный суд / удовлетворил апелляцию 28 российских спортсменов / аннулировав их пожизненные отстранения от участия в Олимпийских Играх / за нарушение антидопинговых правил на Олимпиаде в Сочи // Решение Международного Олимпийского комитета членом которого вы являетесь / и как я слышал / Международный Олимпийский комитет не очень доволен этим решением

Тактика ретроспекции сопровождается коммуникативным ходом демонстрации готовности к сотрудничеству и запросом информации:

П: Я понимаю что вы как член Международного Олимпийского комитета / да вы уже это сказали / есть вещи о которых вы не можете говорить / по статусу вам не положено / возможно некоторые вопросы / которые я хочу вам задать / вам придется ответить что вы не можете отвечать / но я должен какие то задать / а именно // Вот вы уже больше 20 лет член вот этого Международного Олимпийского комитета / и еще на 8 лет вас избрали / вот за этот период / вы можете сказать что отношение членов МОК / изменилось по отношению к России / вы чувствуете такие изменения / или вы не можете об этом говорить?

Т: (отвечает)

Т.к. ответ не удовлетворяет ведущего, он использует тактику переформулировки, сопровождаемую коммуникативным ходом «приведение примера/сравнения» на основании предшествующей реплики героя:

Т: я могу привести фактический пример / когда избирали Исинбаеву / в этом году / МОК проголосовал 45% / 23% в пользу Исинбаевой / это говорит о реальном соотношении / отношении и к России / можно так сказать

П: Ну хорошо / а 15 лет назад был бы такой на ваш взгляд результат / или еще больше за нее / или / наоборот / больше против нее / т.е. есть ли какое-то движение / или на ваши ощущения / в общем как было так и есть?

Т: (отвечает)

Тактика смена темы, коммуникативный ход запроса информации:

П: Скажите / пожалуйста / вы вообще знакомы с Родченковым?

Тактика развития темы сопровождается коммуникативным ходом утверждение в форме цитаты и запросом информации:

П: По его поводу на днях президент Путин сказал следующие / я его цитирую / послушайте / ну у человека явно проблемы и с законом / он же говорит что занимался противозаконной деятельностью / его в тюрьму надо посадить / вместо этого его назначили руководить антидопинговой лабораторией / как вы относитесь к такой оценке? (при этом В. Познер слегка нахмуривается: данный невербальный жест дает имплицитную оценку словам Путина). Ш. Тарпищев отвечает, но Познер явно имеет иное мнение, поэтому он использует коммуникативный ход «намек»:

П: А вы не понимаете почему / когда человек действительно лежал в больнице / на нем висело такое дело / его все равно здесь уже / до всяких дел / назначили на такую должность?

Т: уходит от ответа

Познер пытался вывести собеседника на открытую оценку действий спортивных руководителей, но ему это не удалось, поэтому он отказался от дальнейшего развития данной темы, потому что изначально запланировал сотрудничество.

В данном интервью присутствует лирическое отступление (стратегия самохарактеризации ведущего), реализующаяся с помощью коммуникативного хода демонстрация откровенности:

*П: Я хотел бы сказать нашим зрителям / я забыл / хотел с самого начала им сказать / что у нас сегодня запись / т.е. это не прямой эфир / потому что Шамиль / уезжает четвертого числа на заседание МОК / и потом / так сказать / будет в Южной Корее / на Играх / а я обязательно хотел с ним поговорить до того / как он уедет / поэтому мы записали эту программу чуть раньше / чтоб не было здесь никаких сомнений / **я люблю со зрителями честно разговаривать** / а то у нас обычно прямой эфир*

Тактика «вызов» реализуется В. Познером с помощью коммуникативного хода «стимулирование к рассуждению» (ведущий понимает, что может спровоцировать собеседника на непоследовательность в суждениях):

П: Я хотел спросить Вас вот о чем / де Кубертен / человек который / так сказать / является отцом современных Олимпийских Игр / говорил всегда что эти Игры / это праздник / торжество / одно отдельного человека / один спортсмен / не зависимо откуда он / какого цвета / какую страну / не важно / важно что это индивидуум / который добивается вот этого невероятного результата / и это переросло на сегодняшний день / то что говорят / они едут защищать честь родины / т.е. выходит если они проиграли / то они не защитили честь родины / и что вообще / мне кажется / очень странная постановка вопроса / что вы думаете?

Ш. Гарпищев соглашается, что спортсмен представляет прежде всего себя.

*П: А вот скажите мне / **поставлю сейчас в трудное положение** / но все равно скажу / вот если бы было предложение / возникло / в стенах МОК / давайте упраздним / вот это вот поднятие национальных флагов / исполнение гимнов / а будем только при победителях поднимать флаг Олимпийских Игр / и исполнять гимн Олимпийских Игр / вы были бы за это?*

Т: любой спортсмен / выходя на старт / он должен иметь свое лицо / и страна должна знать / и мир должен знать / кого спортсмен представляет / это как мое мнение (улыбается)

Очевидно явное противоречие с предыдущим мнением.

П: Я понимаю / я понимаю / конечно / это мнение / почему бы и нет

В. Познер дает имплицитную оценку словам собеседника, но тему не развивает, т.к. у него нет намерения устраивать дискуссию. Вместо этого В. Познер использует коммуникативный ход «вывод» на тему проникновения политики в спорт, выражая общее мнение, вытекающее за цепочкой вопросно-ответных диалоговых единств:

П: Т.е. на самом деле / все эти разговоры / и до сих пор их высказывают разные чиновники и у нас и не у нас / что спорт должен быть вне политики / что это лицемерие / потому что на самом деле / политика есть / она будет / никуда не денешься / и то что спорт должен быть вне политики / это все равно что сказать / я не знаю / все люди должны быть честными

Ш. Тарпищев в целом соглашается с ведущим.

Следующая тактика смены темы сопровождается коммуникативным ходом создания мы-общности и запросом информации:

П: Я бы хотел сейчас перейти к другой теме / к моему любимому / ну и видимо к вашему любимому виду спорта / к теннису / и спросить вас вот о чем / вы согласны с тем / что вот это популярность тенниса / возникшая в нашей стране / все таки связана с Ельциным / или вы думаете что это просто совпадение ?

В. Познер дает понять, что их объединяет любовь к теннису и это явно импонируют герою передачи.

Тактика развития темы происходит при помощи стандартного коммуникативного хода запрос информации:

П: С кем из очень знаменитых людей вы играли / ну хотя бы чуть-чуть

П: На Ваш взгляд / Вы многих видели теннисистов / и теннисисток / назовите лучших среди мужчин / и лучшую среди женщин / одиночные меня интересуют

и т.п.

Коммуникативный ход уточнение и возражение мы видим в следующем фрагменте интервью:

Т: Главное что / я не считаю что на сегодня / мало уделяется денег на спорт / просто отсутствие системы порождает лишние траты средств / по примеру тенниса могу сказать / если бюджет федерации тенниса США 225 млн. долларов / а у нас от 5 до 7 млн. долларов / а мы наверху / значит мы обладаем системой

П: что значит мы наверху? (коммуникативный ход уточнение)

Т: реально с 2001 по 2010 года по результатам / Россия за десятилетие была сильнейшей нацией в мире

П: Да ну подождите / наши результаты не такие блестящие / когда был Кафельников / конечно / номер один в мире / когда был Сафин / номер один в мире / это одно дело / но в последнее время даже в десятке никого нет / ни то / что первый номер / никто из нас не выигрывал ни одного турнира большого шлема / из наших ребят в последние годы (коммуникативный ход возражение)

Т: почему / Макарова и Веснина

П: Я сказал ребят / я все-таки к женщинам / и то это пара / а в одиночных нельзя сказать / другие страны / мне представляется / ну уж никак не слабее (коммуникативный ход возражение)

Коммуникативный ход возражение побуждает собеседника аргументировать свою точку зрения, что Ш. Тарпищев и делает, приводя статистические данные.

Под конец интервью В. Познер использует стратегию возврата к теме допинга, тем самым он подчеркивает ее злободневность и важность, а также демонстрирует желание вернуться к ее обсуждению после Олимпийских Игр. Реализуется тактика с помощью коммуникативного хода утверждение + запрос информации.

Заключительная часть представлена традиционной тактикой экспресс-опроса.

В данном интервью ведущий два раза создавал моменты, которые могли привести к конфликтной ситуации, тем не менее, журналист изначально был настроен на сотрудничество, поэтому развитие данные ситуации не получили. К тому же Ш. Тарпищев относится к ярко выраженному кооперативному типу языковой личности и в целом дает ответы в соответствии с запросом ведущего, что в свою очередь поддерживает диалог в запланированном В. Познером русле.

Интервью с Ксенией Собчак от 29.01.2018. Хронометраж 54:59

Ключевая тема интервью – политическая обстановка в России глазами кандидата в президенты.

Коммуникативная поведение: конфронтация. Основная стратегия: презентация собеседника, стратегия гармонизации общения.

Коммуникативные тактики: тактика представления героя, тактика ввода новой темы/смены темы, тактика развития темы, тактика ретроспекции, тактика самохарактеризации, тактика «вызов», тактика экспресс-опроса.

Коммуникативные ходы: коммуникативный ход выражения заинтересованности, коммуникативный ход позитивной констатации, уточняющий коммуникативный ход, коммуникативный ход запроса информации, коммуникативный ход «вывод», коммуникативный ход «приведение примера/сравнения», коммуникативный ход «утверждение», коммуникативный ход «уступка», коммуникативный ход «оценка», коммуникативный ход «оправдание», коммуникативный ход возражение.

Тактика представления героя характеризуется стандартным приветствием, коммуникативным ходом выражения заинтересованности в собеседнике, ходом позитивной констатации и уточняющим коммуникативным ходом:

П: Гость программы / Ксения Собчак // Здравствуйте / Ксения Анатольевна

П: Очень рад / что вы в программе наконец / представлять вас не надо / по вашим же данным / вы столь же известны / сколько Путин / 95% населения (улыбается)

С: Ну не только по моим / давайте быть честными

П: Я понимаю / что вы это взяли откуда-то / ну из точных источников / только этим вы похожи на Владимира Владимировича?

С: Я надеюсь / надеюсь / что только этим

Тактика ввода темы реализуется с помощью коммуникативного хода запрос информации:

П: Скажите / вы собрали необходимое количество подписей / 300 тыс. кажется нужно / да?

П: Скажите / пожалуйста / у вас есть сомнения / в отношении того / регистрируют вас или нет?

В одном из звеньев вопросно-ответной цепочки В. Познер снова использует коммуникативный ход заинтересованности в собеседнике:

*П: Вас долго не пускали на федеральные каналы / **я неоднократно хотел с вами поговорить** / не пускали / теперь пустили*

С: А что говорили / почему нельзя / кстати

П: А-а / говорили нет / и все / ну / я дальше сочинял сам // Как вы думаете / почему сейчас разрешают вам выступать / вы уже были на «Росси» / у меня / почему?

С: Ну в общем потому / что формально поменялся мой статус / я теперь кандидат в президенты ...

В конце вопросно-ответной цепочки В. Познер использует коммуникативный ход «вывод», подводя итог сказанному:

П: Т.е. хотели бы не пускать / но из-за того / что изменился ваш статус / все-таки на это не идут

С: (соглашается)

Тактика смены темы и развития темы на первом этапе реализуется коммуникативным ходом «приведение примера»:

П: я задам сейчас вопрос / который как будто бы ни к делу / но на самом деле / очень даже к делу / как вы относитесь ко всей этой истории с

сексуальным домогательством в Америке / шум вообще / как вы к этому относитесь / не только в Америке / кстати говоря?

К. Собчак отвечает.

П: Во многих странах / после того как это началось в Америке / многие женщины этому последовали / удивительным образом в Швеции / очень много / во Франции / в Англии / у нас вообще молчок / либо это значит / что у нас женщины не подвергались сексуальным домогательствам / во что я не верю / либо это значит что-то другое / как вы это объясняете ?

Ответ К. Собчак несколько противоречит заключениям В. Познера, т.к. К. Собчак считает, что активность по данному вопросу в России была, тем не менее, ведущий, используя коммуникативный ход утверждение и коммуникативный ход «уступку», вынуждает собеседника, с одной стороны, согласиться с позицией ведущего, с другой стороны, сам ведущий частично принимает сторону собеседника, что проявится в следующем коммуникативном акте: вместо категоричного «вообще молчок» будет употреблено - «относительно слабая реакция».

П: ну никакого сравнения с тем / конечно / как это в других странах (коммуникативный ход утверждение)

С: вы знаете / у нас вообще / мне кажется / вопрос равноправия мужчин и женщин / и того что женщина не должна рассматриваться как сексуальный объект / это не те темы / к сожалению / которым привлечено большое внимание / и мне кажется / нам предстоит еще долгий путь / чтобы показать / насколько это важные темы сегодня

Стратегия развития темы и стратегия гармонизации общения реализуется с помощью коммуникативного хода «уступка», утверждение и запрос информации:

П: я ведь задаю этот вопрос в связи с тем / что я собираюсь еще спрашивать вас // Значит в России никогда не было демократии / при царях никогда / короткий совсем (показывает пальцами) / несколько месяцев февральской революции / и потом опять ноль / т.е. никакой привычки к

демократическому существованию / образу мышления нет / и к высказыванию тоже нет / и для меня **относительно слабая реакция на вот эту вещь** / для меня является отражением того / о чем я говорю / и я о чем хочу вас спросить / вы говорили ни раз в своих выступлениях / что ваши цели / в частности / добиться постановления демократии / демократических порядков в России / так ?

Дальнейшее развитие темы происходит с помощью хода утверждение, уточнения и оценки:

П: Есть немало людей / в том числе все очень умные люди / и я бы сказал / эрудированные люди / ну например Андрон Кончаловский / которые говорят / что в России демократия невозможна / она чужда / она чужда мышлению / она чужда образу жизни / и она не нужна / и что это отсутствие внутреннего демократического состояния объясняет очень многое / вы с ними не согласны ?

С: (не соглашается с точкой зрения)...это ложь и неправда...

П: так ложь или неправда / потому что ложь / вещь преднамеренная / мне не кажется что Андрон Кончаловский лжет / мне кажется / что он так считает ?

С: я готова в это поверить / но мне кажется / что он ошибается (аргументирует)

Тактика смена темы реализуется при помощи хода запроса информации и уступки:

П: скажите / пожалуйста / на какой процент голосов вы рассчитываете не сколько вы хотите / а рассчитывает реально / вы же трезвый человек

К. Собчак уходит от ответа, аргументируя, что сейчас это не так важно, тем более что есть предварительные опросы.

П: сейчас я на опросы не ссылаюсь / но мне просто любопытно / на что вы надеетесь / все-таки хорошо / человек это не проценты / в то же

время в конечном итоге / будет конкретное количество людей / составляющий некий процент / поэтому я вас об этом спрашиваю

К. Собчак снова отвечает уклончиво.

П: Хорошо / я не буду прессовать вас // Если получится так / что этот процент / каким бы он не был / окажется ниже / причем заметно ниже / того на что вы надеялись / на что вы рассчитывали / на что вы работали / что с вами будет дальше / вы продолжите заниматься политикой / или вы вернетесь в журналистику / или вы уедете может быть / может быть у вас чувство / что все бесполезно / вы думали об этом?

В дальнейшем В. Познер неоднократно использует коммуникативный ход имплицитной оценки героя:

На реплику о неверной политике В. Путина ведущий говорит:

П: Я говорю без всякой иронии / если вы будете президентом / я хочу посмотреть / как это у вас будет получаться (улыбается)

Ведущий намекает, что политика – это очень тяжелое бремя и всегда проще судить о чем-то заочно.

О возможной поездке К. Собчак в США В. Познер говорит:

П: скажите / пожалуйста / как говоритья положя руку на сердце / у вас есть надежда / что вас послушают ?

В данном речевом отрезке В. Познер намекает на сомнительные действия и надежды героя.

Далее В. Познер использует ход запроса информации:

П: Ладно / вернулись в Россию / скажите мне пожалуйста / свое определение / что есть советский человек

К. Собчак отвечает, но признается, что В. Познер застал ее врасплох, на что и было рассчитано. На это В. Познер использует ход оправдание, для того что гармонизировать общение. Также в речевом отрезке мы снова видим имплицитную оценку К. Собчак:

П: такой цели не было / вот вы знаете / я даже хочу вам сказать / что я прочитал вы сказали где-то / «я провокатор и горжусь этим» / я

подумал / а че (что) гордиться тем / что ты провокатор / я задаю вопросы / которые мне интересны / ей Богу / поймать вас / ловить вот как это / ну и что / ну поймал / ну молодец / вот тебе медаль / иди домой / мне правда интересно / как вы это определяете / у меня есть свое определение / хочу понять насколько мы совпадаем

Отметим, что последняя фраза отвечает тактике самохарактеризации ведущего, которая, так или иначе, присутствует на протяжении всего интервью с любым героем. В. Познер дает понять, что на тот или иной вопрос он имеет свое мнение, которое может не совпадать с мнением собеседника, и это нормально.

Тактика смены темы сопровождается коммуникативным ходом возражение:

П: среди вашей цели / вот если я буду президентом / процитирую просто чтоб точным быть / вернуть в российскую политическую жизнь правду и свободу / вопрос только один / разве она была когда-нибудь?

К. Собчак отвечает утвердительно (при Ельцине), аргументирует. Познер не соглашается, называя тот период намеками на демократию, но тему не развивает, для того, чтоб интервью не превратилось в полемику.

Далее ведущий использует тактику ретроспекции и запрос информации:

П: среди вещей / которые вы считает очень важными / опять в случае если бы вы стали президентом / это добиться признания / что ли / или утверждения общеевропейских ценностей / если мы с вами посмотрим на историю России / то мы увидим что аи с времен Ивана Грозного / если не раньше / антизападные настроения были очень сильными / ну конечно это пришло от русской православной церкви прежде всего / наличие так называемой немецкой слободы / гетто своего рода для иностранцев / потому что немец это был тот который немой / если он не умеет говорить по-русски / и это было всегда / антизападные настроения были очень сильными / была борьба / между двумя сторонами более или менее / и

мы это видим сегодня / антизападные настроения наоборот / Россия отдельная / особая / у нее свой путь / свой взгляд / ну умом Россию не понять / и все что вокруг этого / т.е. эти общеевропейские ценности / по сути дела никогда не были внедрены по-настоящему / в Российскую жизнь / или были

С: Я с Вами совсем не согласна (аргументирует)

Имплицитную оценку мы видим в следующих речевых отрезках:

П: Скажите / пожалуйста / в каждой программе / иногда бывают такие выражения / скорее рассчитанные на / восприятие большим количеством людей / ну это нормальные вещи / мы катимся в средневековье / это как / это не преувеличение нисколько ?

С: не преувеличение (аргументирует)

П: вы серьезно полагаете / что в европейских странах не возникает подобных вопросов / по поводу выхода какой-либо книги / по поводу выхода какого-либо фильма / страстные споры что это надо или не надо / или это против или это за?

С: (отвечает)

В данном случае В. Познер дает высказаться К. Собчак, имея, очевидно, иные взгляды на этот счет.

В конце программы В. Познер использует коммуникативный ход запроса информации в форме закрытых и открытых вопросов, а также тактику «вызова», выраженную коммуникативным ходом «расхождение между мнением и действительностью»:

П: вы встречались с Путиным / по поводу того / что вы собираетесь выдвигаться в кандидаты в президенты ?

П: хочу вам задать один вопрос / прошу вас ответить на него вдумчиво / вы часто говорите / что мы в полной ж.... / глобально / все / вместе / потому что не можем высказывать свое мнение / вот вы сейчас что делаете / расскажите / высказываетесь открыто ?

С: это только на вашей программе и это очень мало

*П: я не люблю преувеличение / у нас это очень ограничено / согласен
// Просто я бы очень хотел от политиков / а вы политик / чтобы мне не
дурили голову / и говорили / что у нас нет / сказали у нас есть / но очень
мало*

С: я так и говорю

П: нет / вы говорите не так / я вас цитирую / ладно...

Завершает интервью традиционным экспресс-опросом.

Данное интервью является конфронтационным. Практически все ответы интервьюируемого являются несогласием с содержанием коммуникативного хода интервьюера. Тем не менее, интервью не превращается в полемику по нескольким причинам: во-первых, в ходе интервью обе стороны используют тактику гармонизации, реализуемую коммуникативным ходом «уступка», также в одном из эпизодов ведущим используется коммуникативный ход «оправдание», призванный сгладить острые углы; во-вторых, ведущий открыто позволяет собеседнику уйти от ответа на некоторые вопросы; в-третьих, ведущий не развивает темы, на которые у коммуникантов разные точки зрения; в-четвертых, языковые личности коммуникантов относятся к центрированному типу (ярко выраженное собственное мнение), в то же время такт, жанровые рамки и культура речевого поведения не позволяет участникам переходить границы.

Иного рода конфронтационное интервью было у В. Познера с Сергеем Шнуровым. Последний является, во-первых, конфликтно-агрессивной языковой личностью, во-вторых, и это стало основной причиной провала данного интервью, Сергей Шнуров – довольно сложный человек. В. Познер впоследствии назовет его «беспомощным и пустым».

Итак, интервью В. Познера с Сергеем Шнуровым от 10.10.2016.
Хронометраж 50:30.

Ключевая тема интервью – отношение Сергея Шнуорова к собственным высказываниям.

Коммуникативная поведение: конфронтация. Основная стратегия: презентация собеседника.

Коммуникативные тактики: тактика представления героя, тактика ввода новой темы/смены темы, тактика развития темы, тактика переформулировки, тактика «вызов», тактика экспресс-опроса.

Коммуникативные ходы: коммуникативный ход негативной констатации, уточняющий коммуникативный ход, коммуникативный ход «расхождение между мнением и действительностью», «выражение неприятия слов коммуникативного партнера», коммуникативный ход «замечание», коммуникативный ход «упрек», коммуникативный ход «приведение примера/сравнения», коммуникативный ход «оценка», коммуникативный ход запроса информации.

Интервью начинается со стандартного приветствия, при этом в нем есть большое отличие от других: В. Познер не называет социально-статусной роли интервьюируемого, что свидетельствует либо о несформировавшемся мнении ведущего, либо о неприятии его творческой деятельности, ибо В. Познер даже не назвал С. Шнурова музыкантом, певцом и т.п.;

П: в эфире программы «Познер» / гость программы / Сергей Шнуров / Здравствуйте / Сергей Владимирович

Первая коммуникативная тактика «вызов», которую использует ведущий, с самого начала задает конфронтационный тон интервью. Реализуется она с помощью уточняющего коммуникативного хода, коммуникативного хода негативной констатации и коммуникативного хода «расхождение между мнением и действительностью».

П: я хотел уточнить у вас пару вещей / перед тем как говорить о вещах серьезных / в одном из довольно многих ваших интервью / я много прочитал интервью ваших / вы говорите о телевидение / и о людях работающих на телевидении следующие / в телевизоре вообще людей нет / в телевизоре идиоты / это формат такой / телевизор / по моему / штука

неприличная / поэтому говорить о приличных людях в этой штуке / как-то странно

Ш: Абсолютно верно / абсолютно согласен с собой / в данный момент мы с вами в телевизоре

П: и мы идиоты

Ш: мы не очень похожи на нормальных людей // Идиоты по-моему даже смягчили / я по-моему что-то другое сказал

П: как говориться / спасибо на добром слове

Ш: пожалуйста

П: в другом интервью вы говорите так / мне кажется что наш первый канал абсолютная порнография / самый настоящий / причем / знаете такая / некрасивая / и наконец такой пассаж / живу 8 лет без телевизора / в гостиницах раньше смотрел / но года два тому назад / уже не смотрю нигде / как то попал я на программу «Пусть говорят» / и мне перехотелось вообще смотреть телевизор / на улицу выходишь и не думаешь / что настолько все жуткое / а в телевизоре складывается такое ощущение / что ты живешь в стране идиотов / на улице такого нет / жизнь правдивее чем телевизор // Вот все это эпатаж или это серьезно / если вот по-настоящему ?

Ш: Абсолютно серьезно (аргументирует)

П: Тогда позвольте вас спросить / зачем вы пошли в телевизор / ну вот вы сейчас участвуете в программе / которая называется «Про любовь» / явно не из-за денег / вы человек обеспеченный

Ш: для меня это неведомый мир ..

П: Хотя вы о нем судите очень резко

Ш: Да / да / да / а как еще

П: ну не знаете / и судите / видите / как получается

Ш: тут я сужу как зритель / теперь я могу говорить как производитель

П: ну вы остаетесь в программе / вот почему / я смотрел эту программу / только из-за вас / потому что собирался с вами встретиться / я вообще подобные программы не смотрю / но решил надо посмотреть

Ш: а почему вы не смотрите подобные программы?

П: они мне омерзительны

Ш: тут мы с вами совпадаем

П: да / но вы участвуете / а я нет / вот почему после всего того / что вы говорите / вы соглашаетесь участвовать в такой программе / это что / мазохизм / или что это такое?

Ш: но участвовать не смотреть / я ж не смотрю ее в отличие от вас

П: но вы участвуете

Ш: Да / я участвую

П: почему вы пошли / для чего?

Ш: я разберусь / как это производится / кто это смотрит / что такое телевидение

П: и тогда....

Ш: и тогда я разберусь / у меня будут знания

П: и разобравшись...

Ш: дальше я не знаю / что будет

П: останетесь / уйдете

Ш: я не знаю / я так не загадываю

Дальнейшая беседа перетекает в спор о понятиях. В. Познер использует коммуникативный ход «упрек», коммуникативный ход «выражение неприятия слов коммуникативного партнера» на основе его цитаты, а также коммуникативный ход «замечание», направленный на ошибочные суждения интервьюируемого. В итоге ведущему удается добиться ответа на поставленный вопрос.

П: вообще я заметил еще такую вещь / вы подчас предпочитаете не отвечать на вопросы / которые вам задают / и уходите довольно интересным способом / ну например / вас спросили / как вы относитесь к

троллингу / ну намек был понятен / потому что имелось ввиду / что вы сами этим занимаетесь со своей группой и даже без группы / вы отвечаете так / что такое троллинг / про любую вещь можно сказать / что это троллинг / точно так же как и про PR / когда ты что-то называешь троллингом или пиаром / этими совершенно не понятными словами / ты как бы делаешь сложное простым / но на самом деле не отвечаешь ни на один вопрос / с таким подходом можно сказать что Эйнштейн и теория относительности / это тоже троллинг / там тоже дразнят людей // Теперь смотрите / вы ж прекрасно понимаете / что цель троллинга / это как раз дразнить / доставать / цель Эйнштейна совершенно другая / у него такой цели не было

Ш: Хорошо / давайте возьмем Микеланджело и Давида / у него ж была цель достать людей / наверняка произвести впечатление

П: это разные вещи

Ш: задача искусства

П: минуточку / произвести впечатление / это может быть очень позитивная вещь / троллинг это всегда негативно

Ш: Почему?

П: ну как / достать / рассердить / дразнить

Ш: хорошо / тогда весь футуризм это собственно говоря такой троллинг / который из негативной пощечины общественному вкусу / это разве троллинг / пустой такой / ни о чем

П: это с вашей стороны / это нежелание отвечать на вопрос / вы сами занимаетесь троллингом ?

Ш: ну смотрите / во первых есть вопросы на которые я не хочу отвечать / ну это же нормально

П: так бы и сказали / не хочу отвечать на этот вопрос

Ш: троллингом в смысле задеть / достать людей я не занимаюсь

В следующем вопросно-ответном комплексе В. Познеру так и не удалось получить ответ от собеседника. В данном случае ведущий использует коммуникативный ход «выражение неприятия слов

коммуникативного партнера» на основе его цитаты, а также тактику переформулировки вопроса, тем не менее, данные тактики и ходы не приводят к желаемому результату:

П: другой пример / вас спрашивают о том / вы независимый человек / вы отвечаете / независимых людей нет / я тоже завишу например от жены / от настроения / от состояния группыно это же совершенно банально известные вещи / мы все / конечно / зависимы / но когда вас спрашивают / вы независимый человек / имеют ввиду не это

Ш: а что имеют ввиду?

П: вы не знаете (улыбается)?

Ш: ну вы мне задайте вопрос корректно

П: вы независимый человек по своему устройству / вы можете / так сказать / всех послать к черту / хотя вы зависимый человек от жены / детей и т.д. / но вы себя считаете независимым / вот в том общепринятом ?

Ш: зачем меня загонять в границы зависимого / независимого человека / зачем мне самому себя кем-то называть

П: можно сказать я зависимый / и все

Ш: а можно сказать / я не зависимый / это слова / которые ниче (ничего) не значат

П: не значат ?

Ш: ну конечно нет

Тактика смена темы реализуется с помощью коммуникативного хода «уточнение»:

П: вот теперь вещи / которые на мой взгляд очень интересные и серьезные / вы о своей группе говорите / и часто это подчеркиваете / пожалуй две вещи / вот одна / Ленинград настоящий скрепа / это та группа / которая объединяет людей разных социальных слоев / разных мировоззренческих позиций / и разных политических курсов / если ты слушаешь Ленинград / то значит принадлежишь сегодняшнему дню / и

живешь правильно / вот эта мысль у вас возникает часто насчет скрепы / Ленинград это бесспорно скрепа / тут даже и говорить не о чем // У меня возникает сразу несколько вопросов / первый такой / справедливо ли / если ты не слушаешь группу Ленинград / то значит ты не принадлежишь сегодняшнему дню и живешь не правильно

Ш: Нет / это абсолютно ничего не значит

Коммуникативный ход приведение примера/сравнения является имплицитной оценкой заявления музыканта:

П: о группе Ленинград вы еще говорите так / вы подчеркиваете некоторое противостояние / вы говорите / что группа существовала не благодаря / а вопреки / мы пробивались как одуванчик сквозь асфальт / если опять же сравнить с Высоцким / вот он таки пробивался / ему запрещали / он не мог выступать публично / он никаких денег почти на этом не зарабатывал / т.е. на самом деле он порой был в чрезвычайно тяжелой ситуации / вас Лужков запретил в Москве / эко дело / разве можно сравнивать вот это сопротивление / которое должен был оказывать Владимир Семенович / скажем / и группа Ленинград / совершенно разные вещи

С. Шнуров говорит, что естественно это разные вещи: то политика, а он имел в виду экономику.

В следующем диалоговом фрагменте В. Познер снова терпит неудачу, так и не сумев добиться конкретного ответа от собеседника. Он использует уточняющий коммуникативный ход, основываясь на цитате интервьюируемого:

П: я хотел бы напомнить одну очень интересную мысль / которую вы сказали / вы говорите что мне власть не нравится / но я не знаю кто мне больше не нравится власть или народ / они достойны друг друга / я не знаю периода в этой стране / когда людям нравилось то / что происходит / это страна недовольных по определению / рождаются люди уже с кислой миной на лице / если будет власть этого большинства / мне сразу страшно здесь

*жить / мне итак страшно временами / но так станет вообще невыносимо
.... / следует сделать вывод / что вы не особо в восторге от собственного
народа ?*

Ш: да я и от себе не в восторге

В. Познер пытается снова узнать, как он относится к народу, но С. Шнуров отвечает уклончиво, используя встречный вопрос. В итоге ответа журналист не получает.

Тактика смены темы реализуется с помощью коммуникативного хода «оценка». При этом она является имплицитной и интерпретируется исключительно в контексте:

*П: Я не из тех людей / кто ходит на ваши концерты / и поскольку я
готовился к встрече с вами / я довольно много прослушал / посмотрел
клипов.... **Меня поразило / что эти клипы массово популярны / миллионы /
миллионы людей их смотрели и смотрят / и когда я смотрел / я вспоминал
ваши слова следующие / вы говорите так / Любит наш народ всякое
говно / при этом я не воспринимаю это как какое-то вещество / или что-то
бездарное / ничтожное / зловонное / я это понимаю по-другому / как что-то
отвратительное / что-то отталкивающее / так вот вопрос такой / что
можно сказать о таком обществе / **которое упивается вот таким / так
сказать / товаром*****

С. Шнуров пытается уйти от ответа, В. Познер не дает этого сделать, используя тактику переформулировки и коммуникативный ход «оценка» (в данном речевом фрагменте эксплицитная):

*П: я смотрел эти клипы / они сделаны здорово / ниче (ничего) не
скажешь / для меня / например / они не смешные / они очень страшные на
самом деле / это такое изображение России сегодня / которое меня
совершенно не радует / хотя может быть и правдивое / я с этим не хочу
спорить / но тот восторг / который / очевидно / вызывает у очень многих
людей / вот как это объяснить / **это вот из области любят говно ?***

С. Шнуров и на этот раз отвечает уклончиво, поэтому В. Познер закрывает тему.

Окончание беседы строится с помощью коммуникативного хода запрос информации, но ни на один вопрос С. Шнуров не отвечает по существу:

П: как вы понимаете патриотизм ?

С. Шнуров отвечает уклончиво.

П: скажите / пожалуйста / это очень личный вопрос / вы верующий человек ?

С. Шнуров уходит от ответа

П: а какой он тогда / ваш герой?(песенный)

Ш: мой герой Сергея Шнурова / есть такой герой

Таким образом, практически ни на один из вопросов ведущий так и не получил ответ. На наш взгляд, Владимир Владимирович, сделал все, что мог, использовал разные коммуникативные ходы, при этом был в меру тактичен и всегда конкретизировал, что именно он хочет узнать. Другое дело, что его собеседник оказался очень сложным человеком, использовал тактику уклонения, причем неосознанно, а в силу своего мышления. Возможно, его тяготила обстановка, отсутствие непринужденности, к которой привык С. Шнуров, рамки официального телеканала и невозможность выразиться нецензурно. Возможно, причина кроется в чем-то другом, например, в не до конца сформировавшихся взглядах на те или иные ценностные феномены, в неспособности логически формулировать свои мысли и т.п. На наш взгляд, ключевое требование к участникам программы «Познер» - это наличие собственного мнения на те или иные проблемы, трезвый взгляд, эрудированность и т.д. Имея все это любое интервью вне зависимости от того, конфронтационное оно, или кооперативное, раскроет какую-то грань приглашенного героя. Если человеку трудно выражать свои мысли, он закрыт, или не до конца осознал свою сущность, то интервью, скорее всего, будет провальным, т.к. ключевая задача В. Познера, прежде всего, показать внутренний мир героя.

2.2. Коммуникативные тактики и ходы в кооперативных и конфликтных интервью Ю. Дудя

В информационном пространстве российского телевидения большинство программ в жанре интервью имеют определенную манеру подачи, а также строгую последовательность ведения разговора по запланированному сценарию. Такие шоу не интересны молодому поколению, привыкшему к свободе, динамике, неординарности. Ситуацию решил исправить спортивный журналист, видеоблогер Ю. Дудь, создавший шоу на YouTube-канале «вДудь». В рамках данной программы ведущий беседует с людьми из разных сфер деятельности. Особенность передачи состоит в отсутствие речевых рамок: ведущий не ограничивает ни себя, ни собеседника в словах и выражениях. В результате каждый говорит, что думает, зачастую употребляя бранную лексику. Помимо свободы речи участники программы проявляют поведенческую свободу: одежда, посадка, жесты и т.п. Курение и распитие спиртных напитков тоже вполне естественное проявление некоторых героев программы.

Ведущий тщательно готовится к каждому интервью, и задает такие вопросы, которые хотел бы задать каждый зритель, если бы встретился с героем лично. Политика, музыка, кинематограф, духовенство, современное искусство – эти и другие темы обсуждаются в программе. Таким образом, «вДудь» является свежим взглядом на происходящее, с минимизацией дистанции между конкретной личностью и зрителем.

Отметим, что данная передача – это своего рода протест против цензуры, чрезмерной толерантности и стерильности массовой культуры, против чего, как раз таки, выступают многие блогеры. Аудитория все меньше доверяет традиционным СМИ, что укрепляет позиции представителей гражданской журналистики, показывающих реальную картину мира, и усиливает доверие к ним среди молодежи. Несмотря на то, что род деятельности Ю. Дудя считается блогерством, а сам он себя называет

исключительно блогером, его медиапрактики имеют много общего с профессиональной журналистикой. Сюда относятся качественные съемка и монтаж, тщательная подготовка к интервью, удачные вопросы, успешно выбранный медиаобраз, отличающийся незаурядностью, актуальностью формы и содержания. Можно сделать вывод о постепенном синтезе профессий блогера и журналиста, что, в свою очередь, отражается на коммуникации.

Перейдем к анализу конкретных интервью Ю. Дудя.

Интервью с Константином Хабенским от 27.04.2018. Хронометраж 1:18:30

Коммуникативная поведение: кооперация. Основная стратегия: презентация собеседника.

Коммуникативные тактики: тактика быстрого включения, тактика искренности, тактика повышения статуса коммуникативного партнера.

Коммуникативные ходы: коммуникативный ход признание, коммуникативный ход запроса информации, коммуникативный ход утверждение и запрос информации, коммуникативный ход выражение заинтересованности, коммуникативный ход предложение развития темы, относящейся к экспертной зоне, уточняющий коммуникативный ход, коммуникативный ход призыва к откровенности, коммуникативный ход самокритика, коммуникативный ход выражение эмоционального состояния, коммуникативный ход «комплимент», коммуникативным ходом «приведение примера/сравнения», коммуникативный ход позитивная констатация.

Ю. Дудь не использует тактику представления героя: сразу начинает с вопросов. Такой принцип условно можно назвать тактикой «быстрого включения», сразу же задающей динамичный темп интервью.

Тактика искренности реализуется с помощью коммуникативного хода «признание» и коммуникативного хода запрос информации:

Д: Константин / я начну не с актуального / расскажу о важном / извините / что начну с себя / просто мне хочется с вами поделиться /

хотелось поделиться долгие годы / один из главных сериалов моего детства / это сериал «Убойная сила» / я как сейчас помню / я не помню / в какой серии это было / помню момент когда в первом сезоне ваш герой Игорь Плахов из ментовки уходит служит к бандосу и депутату Боголепову / сюжет не обговаривает что он туда идет по заданию / это выглядит так / как будто он служил добру а потом разругавшись со всеми своими ушел служить злу

Х: Предтеча такая Антона Городецкого / то ли светлым / то ли темным

Д: Да / но я тогда это интерпретировал не так / я до сих пор помню себя / то ли один / то ли два дня была пауза / когда стало понятно что он все таки туда по заданию ушел / у меня были ощущения / что умер близкий человек / я в таком был ужасе все эти дни / от того что человек / который ассоциировался у меня с добрыми силами может уйти к бандосам / я помню себя на уроках (эмоционально) до сих пор / пятый-шестой-седьмой класс это было / я сидел у меня пустота была / вместо учителей / так меня ранило это в тот момент / расскажите пожалуйста / вы тогда были звездой одного из сериалов про ментов / менты тогда в стране были очень слабыми / и вы понимали / для чего вы снимаетесь в этом фильме / в чем была ваша цель

Отметим, что ввод новой темы/ смены темы осуществляется с помощью технических приемов: каждый раз, когда происходит смена темы, на экране появляется заставка, являющаяся сигналом, что фрагмент интервью закончен, и начинается другой фрагмент интервью. Смена темы сопровождается сменой положения интервьюируемых, что добавляет динамику и насыщенность интервью. Примечательно, что визуализация происходит на протяжении всего интервью: на экране появляются фотографии, имеющие отношение к тем или иным репликам, окна с комментариями по определенным высказываниям интервьюируемого, резюме главных мыслей интервьюируемого или ключевые слова, обращения к зрителям, касающиеся темы разговора, видео и аудио материалы и т.д.

Например, во время одного из ответов К. Хабенского на экране резюмировались его главные мысли: *между работой и не работой надо выбирать работу; доверять безгранично нельзя: нужно проверять.*

Коммуникативный ход утверждение и запрос информации является одним из основных у Ю. Дудя:

Д: «Собибор» выходит на экраны / это ваш режиссерский дебют / как это выглядит технически / вы главный герой фильма / но кто сидит в кресле в этот момент ?

Тактика повышения статуса коммуникативного партнера происходит при помощи коммуникативных ходов выражения заинтересованности, предложения развития темы, относящейся к экспертной зоне и уточняющего коммуникативного хода:

Д: Хорошо / вы сняли свою сцену / что-то важное / вы организуете штурмы / или что-то еще / и стоп – снято / и вы бежите к плейбэку смотреть / т.е. реально у вас такая легкая атлетика происходила постоянно?

Х: (отвечает)

Д: у вас хоть один момент / когда вы поняли в процессе съемок / что / блин / я не справляюсь / что язык в районе плеча / и актером и режиссером быть это тяжело?

К. Хабенский отвечает, но его высказывание требует пояснения, поэтому ведущий использует уточняющий коммуникативный ход:

Д: Вы сейчас по национальные различия говорите / или про индивидуальные / потому что у вас самая пестрая национальная была группа актеры из разных стран / вы сейчас говорите про нашу школу?

Д: Вы рассказывали / как невероятно постпродакшн давался по части звуков

Х: рассказывает (с энтузиазмом)

Самый популярный коммуникативный ход Ю. Дудя: запрос информации и уточнение:

Д: Олег Табаков / у вас есть какой-нибудь памятный разговор с ним / смешной / забавный / можете каким-то из них поделиться / одним / ровно одним

Х: (рассказывает о лучшем совете, который дал ему Табаков) пора мотор из жопы то вытаскивать / и это была самая точная рекомендация / к моим дальнейшим действиям / и в театре и кино

Д: а почему / мотор в жопе / это же здорово ?

Х: он сказал пора / пора уже брать содержанием

Д: а-а-а-а / не активностью / не шустростью

Отметим, что очень популярной тактикой Ю. Дудя является тактика искренности, которая реализуется с помощью различных коммуникативных ходов. Например, призыв к откровенности:

Д: Вы выпиваете?

Х: да /конечно

Д: бывало ли когда это случалось перед спектаклем / и вы выходили поддатым?

Х: да /конечно

Д: расскажите какой-нибудь случай

Х: (рассказывает смешной случай)

Еще один коммуникативный ход тактики искренности можно обозначить, как самокритика:

Х: у Иванова / писателя / который писал эту историю (Географ глобус пропил) в 25 летнем возрасте

Д: (поправляет) в 23 летнем (одновременно с высказыванием заставка: «Дудь болван: Алексею Иванову было именно 25 лет»)

Также тактика искренности реализуется ведущим с помощью коммуникативного хода выражение эмоционального состояния:

Х: я считаю / что тот «Метод» / который пришелся по вкусу зрителю / я сейчас начинаю готовиться ко второму / поэтому отращиваю бороду

Д: (эмоционально) вас же убили!

Х: я это сказал продюсеру нашему / я сказал / вы в курсе / что меня убили / на что они сказали / нас это не волнует

Д: да / пфффф / это вранье нам / тем кому это понравилось (эмоционально)

Х: мы можем порассуждать на эту тему?

Д: да

Х: рассуждает(обращаясь к Дудю) я понимаю / что вы сейчас расстроены

Д: очень / я рассчитывал / ну Паулина будет расти / этот мажор научится не только трахаться / но и дела расследовать / там куча вариантов / куча / как это можно сделать / зачем оживлять вас?

Еще одной часто используемой Ю. Дудем тактикой является тактика повышения статуса коммуникативного партнера. Она также реализуется с помощью разных коммуникативных ходов. Например, коммуникативный ход комплимент (в данном речевом отрезке он идет совместно с коммуникативным ходом «приведение примера/сравнения» из той сферы, которая наиболее близка ведущему) и позитивной констатации:

Д: мир из которого я пришел / вот то что мы сейчас делаем / это мир спортивный / футбольный / и там есть такая проблема / когда русские футболисты / в чем главная проблема русских футболистов / в отсутствие мотивации и в отсутствие того / чтобы пробовать свой талант / в лучших местах планеты / в самых сильных чемпионатах /Испании / Англии / Германии и Италии / им хорошо платят здесь / и они либо боятся / либо

не хотят идти туда / почему вы не хотели бы попробовать не эпизодически появиться там / а например сказать стоп съемкам здесь на год / на два / переехать туда / за пару лет вывести акцент / вот прям вывести / чтоб его не было / и попробовать вот это делать / почему у вас нет такой амбиции? (коммуникативным ходом «приведение примера/сравнения»)

Х: (отвечает)

Д: Константин / извините / что я сейчас / это будет лестью / и мне самому немножко неприятно от этого / ну это точнее не лесть / это факт / то что я говорю / но они слабее вас / как актеры / есть футболисты / которые играют хуже / но играют на Западе в среднем клубе / а есть человек / у которого больше талант / но он может играть и за «Барселону»
(коммуникативный ход комплимент)

Х: (отвечает более конкретно)

Д: Константин / но при этом вы ассоциируетесь с благотворительностью вместе с Чулпан пожалуй / вы и Чулпан / два человека / которые по части благотворительной работы для детей делают очень много / я не буду сейчас говорить больше всего / но очень-очень много / подождите / но вы же в курсе истории / то что дети уже имели родителей / вот этот момент привыкания / они уже успели их полюбить?
(коммуникативный ход позитивной констатации)

Х: это жестко / это я считаю жестко / это жестко / но / машина государственного / аппарата в любой стране работает не ювелирно..

Коммуникативный ход призыва к откровенности касается любых тем (и профессиональных и личных):

Д: когда все случилось / кто был человеком / который помог вам вернуться в жизнь / когда ваша жена умерла?

Д: когда у вас был разговор с сыном / когда он подросток / у вас же был какой-то разговор / когда вы объяснили / что случилось с мамой?

Д: о чем вы мечтаете?

Итак, основными тактиками, с помощью которых реализуется кооперативная стратегия, являются тактика искренности и тактика повышения статуса коммуникативного партнера. Для реализации данных тактик используются разные коммуникативные ходы, с помощью которых создается видимость непринужденной беседы. На большинство вопросов К. Хабенский отвечал с энтузиазмом, было видно, что ему импонируют вопросы на профессиональные темы. Ведущий неоднократно использовал в речи

сниженные единицы (ментовка, бандосы, трахаться) и профессиональные термины (плейбэк, постпродакшн), что приближало интервью к разговорной речи, а также к той сфере, в которой трудится его герой.

Интервью с Ксенией Собчак. Хронометраж: 1:36:47

Коммуникативная поведение: конфронтация. Основная стратегия: презентация собеседника.

Коммуникативные тактики: тактика быстрого включения, тактика «вызов», тактика развития темы, тактика понижения статуса коммуникативного партнера, тактика переформулировки, тактика коммуникативного противостояния, тактика ретроспекции.

Коммуникативные ходы: «непоследовательность в суждениях», уточняющий коммуникативный ход, коммуникативный ход утверждение, коммуникативный ход «осуждение», коммуникативный ход оправдание, коммуникативный ход намек, коммуникативный ход выражение неприятия слов коммуникативного партнера, расхождение между мнением и действительностью», коммуникативный ход «игнорирование».

Ю. Дудь начинает интервью с тактики «вызов» и коммуникативного хода «непоследовательность в суждениях», что определяет конфронтационный настрой ведущего:

Д: Я хотел бы начать вот с такого видео (Ксения Собчак берет интервью у А. Навального, в котором заявляет «я не собираюсь пока становиться президентом») / 4 месяца назад все это произошло / что же изменилось / Ксения?

Тактика развития темы сопровождается коммуникативными ходами «уточнение» и «утверждение»:

Д: а после этого интервью / человек напротив показался тебе не убедительным ?

Д: вариант выдвинуть Юлию Навальную / при всем уважении как она поддерживает мужа и все остальное / но это еще более пораженческий вариант

С: а в чем? (недоумевают)

Д: в том что в России / так сложилось / это конечно / плохо / живет огромное количество людей / которые готовы проголосовать за мужика / но не готовы проголосовать за женщину

Далее ведущей отдает инициативу интервьюируемому, позволяя последнему использовать тактику понижения статуса коммуникативного партнера, реализуемую в коммуникативном ходе «осуждение», которая, в свою очередь, вынуждает ведущего использовать коммуникативный ход оправдание.

С: (перебивает) ты просто сексист

Д: Я? (недоумевают)

С: люди не будут голосовать за женщину / ты вообще с чего это взял?

Д: так исторически сложилось / что к женщине относятся в России

С: кто сложил?

Д: не я так отношусь

С: ты так не относишься? / я первая женщина / которая сидит в этой студии / ты правда считаешь / что это нормально?

Д: для меня женщины и мужчины не отличаются ничем

С: ничем / но я первая женщина / которая здесь сидит / у тебя было сотни программ / какие-то рэперы / чьи имена вообще никто не знает / но у тебя не было ни одной женщины / которая занимается музыкой / политикой / искусством / чем угодно / что нету таких женщин?

Д: просто когда человек сюда приходит / я не обращаю внимание на то / женщина это или мужчина / призываю исходя из того / что они делают

С: так я думаю / Стерлингов мог бы сказать / я не обращаю внимание на то / что человек гей или не гей / но геи у меня не работают / это ничем не отличается / понимаешь // Геев у него в команде нету / женщин он не приглашает на эфир / и этот человек мне говорит / что не проголосуют / осталось только спросить / как ты к евреям относишься?

Д: Я? Так же как к русским / украинцам / ко всем остальным

С: ну отлично

В дальнейшем отрезке интервью Ю. Дудь использует тактики переформулировки и коммуникативного противостояния и коммуникативные ходы «намек» и выражение неприятия слов коммуникативного партнера, в результате чего интервью перерастает в спор:

Д: 6 лет назад / декабрь 11 года / Михаил Прохоров выдвинул свою кандидатуру / запись в твиттере Ксении Собчак / все разузнала / Прохоров был опять призван для отвода голосов на себя / все согласовано / Кремль понял / что нужна альтернатива / Прохоров бизнесмен / терять деньги не будет / сидеть не хочет / без разрешения бы соваться не стал / ничего ли тебе это не напоминает ?(коммуникативный ход «намек»)

С: (аргументированно отрицает)

Д: это понятно / я про другое / без разрешения соваться не стал // Почему Прохоров не стал бы соваться без разрешения / а ты стала бы / ты тоже бизнесмен / ты тоже / надеюсь / не хочешь сидеть в тюрьме?

К. Собчак парирует, что ее не приглашают на федеральные каналы. Ю. Дудь не соглашается, заявляя, что после ее выдвижения пошла активность:

Д: раньше про тебя не шутили

С: это так / если ты мне приведешь пример любой программы / давай тогда вот без какого-то вот этого (показывает жестами)

Д: ты заявила о выдвижении / несколько дней назад / и за эти несколько дней / про тебя уже обильно / нажериство / мощным сюжетом шутит Иван Ургант

С: он не меня приглашает поговорить о политике

Д: раньше не было и такого

С: (эмоционально возражает)

Еще один открытый спор возникает по поводу коммуникативного хода, который задумал Ю. Дудь - «расхождение между мнением и действительностью».

Д: «ни с какой апэшечкой в сношениях не была замечена и не буду» / твоя реплика / как эта реплика сочетается с тем / что ты долгие годы / общаешься и / возможно / дружишь с Владиславом Сурковым ?

С: я с ним не дружу / я журналист / я действительно общалась с ним несколько раз / это было связано с моей работой // Это предьява / вообще мимо

(дискутируют)

Неудача данного коммуникативного хода заключается в том, что ведущий сделал совершенно нелогичные выводы: в качестве доказательства «дружбы» он предьявил фотографию с общественного мероприятия, на которой К. Собчак и В. Сурков запечатлены вместе. Интервьюируемый вполне аргументировано опровергла мнение ведущего.

Реализуя тактику ретроспекции и тактику понижения статуса коммуникативного партнера, Ю. Дудь использует коммуникативный ход «осуждение», на который интервьюируемый отвечает коммуникативным ходом «переход на личности», что в свою очередь усиливает конфликт:

Д: из всех вещей / которыми ты занималась / до того как ты перереформатировалась / и стала Ксенией Собчак журналисткой / общественным деятелем и всем остальным / за что тебе наиболее стыдно / стыдно ли тебе за Дом-2?

С: (отвечает)

Д: ты дебилизацией людей занималась

С: ну давай ты еще / Юра Дудь / будешь говорить о дебилизации людей / человек / у которого трахал / перетрахал в каждом вопросе / та аудитория / к которой ты обращаешься / тоже очень простыми вещами иногда апеллирует

(снова дискутируют)

Отметим, что тактика «перехода на личность» по отношению к интервьюеру стала основной у К. Собчак в дальнейшем. Примерно та же

ситуация, что и в предыдущих репликах, происходит в следующем речевом отрезке:

Д: смотри / сейчас вот эти люди / которые у российской власти / Золотов если кто-то не в курсе руководил охраной Владимира Путина / сейчас он руководит росгвардией / ты сейчас идешь конкурировать на выборы / с людьми которые по сути / твоя семья / ну или были членами твоей семьи

С: (недоумеваает, хватается за голову) это ты с чего делаешь такой вывод / с чего они моя семья?

Д: все детство они были рядом с тобой

С: это люди / которые работали с моим отцом / это вовлечение в твой «личный бред»

Если судить с точки зрения классического интервью, то вопросы, построенные на таких неубедительных аргументах, вообще не должны ставиться интервьюером. Но у интервью Ю. Дудя (не только этого, но и других) есть особенность: ведущий нередко задает иррациональные вопросы, основанные на чувственных проявлениях, на что реципиент эмоционально реагирует. При этом мы видим, что некоторые интервьюируемые переходят на личность, осуждая Ю. Дудя, оскорбляя. Возможно, ведущий делает это преднамеренно, для того чтобы показать реальную языковую личность того или иного человека. Также отметим, что Ю. Дудь не боится быть оскорбленным, напротив, всячески иронизирует над этим, что зачастую проявляется техническими средствами (аудиовизуальные врезки).

Большим минусом интервью Ю. Дудя, на наш взгляд, является его неумение или нежелание понять коммуникативного партнера. Ведущий, выбирая тактику коммуникативного противостояния, до конца придерживается ее, вплоть до игнорирования слов собеседника. Продемонстрируем на конкретном примере:

С: мое участие в этих выборах призвано показать / сколько человек против того / что происходит в стране Я не призываю голосовать за

меня / кто я такая / чтоб за меня голосовать / я призываю голосовать против всех / и я готова собой эту строчку заменить / просто потому что у меня хватает смелости это сделать ... я не знаю / может это не самый лучший способ / может быть та идея которая пришла мне в голову и которую я хочу реализовать / покажется кому-то / как ты это написал / стремной / но предложи другую идею / я не знаю / я правда долго думала / как это поменять / предложи мне / вот ты / Юрий Дудь / что сделать на этих выборах / чтобы поменять ситуацию / если Навального не зарегистрируют / если выборы останутся такими какие есть / что надо сделать / остаться дома / ну вот так / в такой стране живем?

Д: смотри / Ксения / ты понимаешь главную претензию к себе / твой путь абсолютно пораженческий

С: почему ты так считаешь?

Д: потому что ты не выиграешь

С: а Навальный бы выиграл эти выборы / например / если бы его допустила

Д: конечно нет

С: ну / почему тогда / я просто не могу понять / не использовать все возможности?

Д: Ксения / у Навального это не выглядит в отличие от тебя договорным матчем

С: а почему это у меня выглядит договорным матчем / сейчас это выглядит договорным матчем можно сказать про любого человека / ну у тебя / что у тебя каждый второй вопрос про Путина / и может быть у тебя тоже договорняк с апэшечкой задавать эти вопросы?

(дискутируют)

Дудь пытается задать другой вопрос.

С: (перебивает) подожди / ты не ответил на главный вопрос / а что делать / я придумала / может не самый удачный способ / потому что люди

действительно начали меня критиковать / для кого-то он покажется неудачным / предложи другой

Д: я не хочу об этом думать / я не в силах это поменять / государство внутри государства

С: будем лежать на диване / слушать русский рэп

Д: Ксения / про договорной матч / и почему это похоже / ты действительно не понимаешь / в том / что ты не думала об этом еще совсем недавно

(после долгой дискуссии на эту тему):

С: сейчас ситуация такая / что я понимаю / что все идет к тому / и это мы видим в живом времени / что Алексея Навального / человека за которого я с удовольствием отдала бы свой голос /

(снова дискуссия)

В данном речевом отрезке К. Собчак вполне четко отстаивает свою позицию и открыто заявляет, что ей важна не победа, а возможность заменить собой строчку «против всех», для того чтоб знать, сколько людей не согласны с политикой действующего правительства. После этого Ю. Дудь, аргументируя свою позицию о «пораженческом пути К. Собчак», снова употребляет утверждение «ты не выиграешь», хотя его собеседник ранее заявил, что все делается не ради победы. Более того, заявляя, что выдвижение К. Собчак выглядит как «договорной матч» и аргументируя это тем, что она внезапно решила баллотироваться, Ю. Дудь не учитывает, что в самом начале интервью Ксения Собчак комментировала этот момент. В результате получается «обвинение ради обвинения», что, безусловно, снижает качество интервью и делает из него перебранку.

Итак, в коммуникативном интервью с Ксенией Собчак ведущий использует следующие основные тактики: «вызов», понижение статуса коммуникативного партнера и коммуникативное противостояние. Основные коммуникативные ходы: «непоследовательность в суждениях», коммуникативный ход «осуждение», коммуникативный ход выражение

неприятия слов коммуникативного партнера, расхождение между мнением и действительностью», коммуникативный ход «игнорирование». Некоторые выбранные ходы слабо аргументированы, это, на наш взгляд, привело к провалу интервью и к тому, что собеседник перехватил инициативу и стал доминировать, вынудив при этом ведущего использовать коммуникативный ход оправдание. Также интервьюируемый стал использовать тактику понижение статуса коммуникативного партнера, реализуемую ходом «перехода на личности», в результате чего практически все интервью вылилось в открытое противостояние, которое не дало информации по существу.

Примерно в таком же ключе выстроено интервью с Николаем Соболевым.

В нем тоже ведущий выбирает конфронтационное коммуникативное поведение с основной стратегией «презентация собеседника».

Коммуникативные тактики: тактика быстрого включения, тактика «вызов», тактика развития темы, тактика понижения статуса коммуникативного партнера, тактика переформулировки, тактика коммуникативного противостояния, тактика ретроспекции.

Коммуникативные ходы: запрос информации, непоследовательность в суждениях, расхождение между мнением и действительностью, коммуникативный ход «игнорирование», коммуникативный ход «осуждение», уточняющий коммуникативный ход, коммуникативный ход утверждение, коммуникативный ход оправдание, коммуникативный ход намек, коммуникативный ход выражение неприятия слов коммуникативного партнера.

В отличие от интервью с Ксенией Собчак данное интервью носит менее выраженный конфронтационный характер, потому что в отличие от Собчак Соболев кооперативный тип языковой личности, и он не проявлял ни агрессии, ни сарказма на реплики ведущего и старался отвечать на все поставленные вопросы.

Основной коммуникативный ход данного интервью – это «запрос информации». Например:

Д: напхни / на сколько выросли твои подписчики за последние месяцы?

Тактика «вызов» и тактика понижения статуса коммуникативного партнера реализуется при помощи коммуникативного хода расхождение между мнением и действительностью, коммуникативным ходом «игнорирование»:

Д: смотри / ты назвал в своем первом видео программу «Пусть говорят» зоопарком / ты обсрал с ног до головы / через какое-то время ты сгонял на «Пусть говорят» / и вот с таким счастливым выражением лица (показывает фото) сфотографировался с ведущим / не видишь ли ты противоречия / потому что Андрей главный в зоопарке / насколько я понимаю ?

С: (аргументированно отвечает)

Д: (игнорируя) Николай / если ты обсираешь / ты муха / что ты так летишь на говно / в чем проблема ?

С: (отвечает)

Д: со стороны кажется / что ты пытаешь усидеть на двух стульях / с одной стороны ты (...) «Пусть говорят» / с другой / когда тебя зовут радостно прыгаешь в сапсан / и катишь в Москву чтобы там записываться

С: (повторяет примерно то же, о чем говорил ранее)

То же самое наблюдаем в другом фрагменте интервью:

Д: можешь сформулировать / что хорошего для государства / и вообще для людей / сделал министр Мединский ?

С: абсолютно ничего / как мне кажется

Д: ты вообще видел свой взгляд / то как ты выглядел на этой церемонии / у тебя был достаточно такой взгляд / благоговейный / т.е. ты поглядывал на Мединского с колоссальным уважением

С: подмениваешь понятия / не было такого (аргументирует)

Д: еще раз объясни мне пожалуйста / ты только что сказал / что Мединский ничего хорошего не сделал для государства / что возможно он позаимствовал диссертацию / но ты поехал на встречу с ним / где логика / тебе не кажется все это заведомо тратой времени / что это может дать тебе / зачем ты поехал кроме того / чтоб прикоснуться к государственному человеку?

Реализуя коммуникативный ход запроса информации, который в принципе является стандартным в любом интервью, Ю. Дудь выбирает такие темы, которые могут создать отрицательный образ героя (это касается как личных, так и профессиональных вопросов):

Д: ты бреешь ноги?

Д: какое предложение тебе сделало ТНТ?

Д: я правильно понимаю / что один из твоих следующих шагов / это политическая карьера ?

Д: объясни / зачем ты лайкаешь собственные видео?

Д: тебе не кажется что ты сейчас / кто-то вроде Николая Баскова от Ютуба?

и т.п.

На наш взгляд, главной ошибкой ведущего в данном интервью является его ярко выраженная предвзятость и в некоторых случаях игнорирование слов своего собеседника. Возникает ощущение, что Ю. Дудь стремится создать образ лицемера и себялюбивого пустослова, т.е. так, как сам Дудь его себе, возможно, представляет. В результате подменяется главная цель портретного интервью – создать объективный образ. С одной стороны, это объясняется позицией блоггеров говорить правду и быть аутентичными, с другой стороны такой неприкрытый субъективизм сложно назвать журналистикой. Можно констатировать, что конфликтные интервью – слабая сторона передачи «вДудь», в другом ключе строятся кооперативные интервью.

Интервью с Алексеем Венедиктовым (хронометраж 1:37:44)

Коммуникативная поведение: кооперация. Основная стратегия: презентация собеседника.

Коммуникативные тактики: тактика быстрого включения, тактика искренности, тактика повышения статуса коммуникативного партнера.

Коммуникативные ходы: коммуникативный ход запроса информации, коммуникативный ход предложение развития темы, относящейся к экспертной зоне, уточняющий коммуникативный ход, коммуникативный ход призыва к откровенности, коммуникативный ход «комплимент».

Самые часто используемые коммуникативные ходы в данном интервью – это запрос информации и уточняющий коммуникативный ход, на них построено практически все интервью:

Д: вы один из главных исследователей В. Путина из тех / кто живет в России / в это воскресенье Путин станет руководителем страны в пятый раз / вы этому рады / или огорчены?

В: (отвечает)

Д: вы не раз говорили / что нами за эти 18 лет правило несколько разных Путиных / сколько?

В: (отвечает)

Д: давайте эти градации назовем

В: (отвечает)

Также ведущий на протяжении интервью использует тактику повышения статуса коммуникативного партнера с коммуникативными ходами «комплимент» и предложение развития темы, относящейся к экспертной зоне:

Д: вы отличный прогнозист / вы / если я ничего не путаю / предрекали и войну на Донбассе / и присоединение Крыма задолго до / более того вы предсказали президентство Медведева / когда было неясно / кто же станет / наследником Путина / давайте сейчас прогноз процентов / сколько процентов наберет Путин на выборах?

В: (отвечает)

Д: что нас ждет в ближайшие 6 лет

В: (отвечает)

и т.п.

Еще одной тактикой ведущего является тактика искренности, реализуемая коммуникативным ходом «призыв к откровенности» (это касалось как личных, так и профессиональных тем):

Д: вы 20 лет преподавали в школе / объясните как возможно преподавать историю в советской школе / в стране где вещи своими именами нельзя называть ?

Д: дружба с Песковым это действительно дружба / или работа чтоб сохранить свое кресло / которое вас драйвит / заводит?

Д: с кем вы расстроили общение за последнее время?

Таким образом, все интервью проходит в гармоничном, конструктивном ключе. Ведущий задает преимущественно те вопросы, которые находятся в профессиональном поле героя и на которые собеседник отвечает максимально полно. Отметим, что ведущий «не изменяет себе» и в некоторых моментах использует сниженную лексику, но ее сравнительно мало, т.к. языковая личность собеседника, безусловно, ставит некоторые границы.

2.3. Сравнительный анализ коммуникативного поведения В. Познера и Ю. Дудя

После анализа интервью становится ясно, что ведущие выбирают различные коммуникативные тактики и ходы, отталкиваясь от генеральной стратегии: кооперации или конфликта.

Продемонстрируем это в таблице (см. таблицу 2.1).

Таблица 2.1 - Коммуникативные тактики и ходы в кооперативных и конфликтных интервью В.В. Познера

| Стратегия кооперации | Стратегия конфликта |
|---|--|
| тактики | |
| т. представления героя т. ввода новой темы/смены темы т. развития темы т. удерживания беседы в рамках предложенной адресантом темы т. ретроспекции т. экспресс-опроса т. самохарактеристики т. переформулировки т. вызова т. возврата к теме | т. представления героя т. ввода новой темы/смены темы т. развития темы т. ретроспекции т. самохарактеристики т. вызова т. экспресс-опроса т. переформулировки |
| коммуникативные ходы | |
| к.х. запрос информации к.х. благодарность к.х. демонстрация готовности к сотрудничеству к.х. намек к.х. демонстрация откровенности к.х. приведение примера/сравнения к.х. стимулирование к рассуждению к.х. вывод к.х. создания мы-общности к.х. возражение к.х. утверждение и запрос информации к.х. уточнение к.х. непоследовательность в суждениях к.х. вопрос-удивление к.х. утверждение к.х. предположение к.х. позиционирование к.х. проекция к.х. оценка | к.х. запрос информации к.х. выражение заинтересованности к.х. позитивная констатация к.х. уточнение к.х. запрос информации к.х. вывод к.х. приведение примера/сравнения к.х. утверждение к.х. уступка к.х. оценка к.х. оправдание к.х. возражение к.х. негативная констатация к.х. расхождение между мнением и действительностью к.х. выражение неприятия слов коммуникативного партнера к.х. замечание к.х. упрек |

Как видно из таблицы, набор коммуникативных тактик в интервью кооперативного и конфликтного типа у В.В. Познера примерно одинаковый, при этом какая-то тактика проявляется гораздо чаще остальных. В кооперативном интервью – это тактика развития темы, в конфликтном – тактика «вызов». Коммуникативные ходы имеют существенные различия и полностью зависят от выбранной модели речевого поведения. При этом если в кооперативном интервью возникают какие-либо намеки на противоречия,

ведущий старается тему не развивать, и сразу переходит к другой теме. В конфликтном интервью В.В. Познер также ограничивается минимальным проявлением спорной ситуации, уходя от темы, либо частично уступая собеседнику. Тем не менее, в некоторых случаях не удастся избежать конфликта, что проявляется в умеренно-агрессивном языковом поведении и очевидной напряженной атмосфере. Тем не менее, Владимиру Владимировичу, как правило, удастся скоординировать ситуацию, взять ее под контроль и не допустить открытого столкновения. Это, безусловно, является следствием большого профессионального опыта В.В. Познера. Также отметим, наличие такой тактики, как самохарактеризация в кооперативном и конфликтном интервью, которая нередко используется ведущим, в некоторых ситуациях выдвигая его личность на первый план.

Рассмотрим основные тактики и ходы Ю. Дудя (см. таблицу 2.2).

Таблица 2.2 - Коммуникативные тактики и ходы в кооперативных и конфликтных интервью Ю. Дудя.

| Стратегия кооперации | Стратегия конфликта |
|--|---|
| тактики | |
| т. быстрого включения т. искренности т. развития темы т. повышения статуса коммуникативного партнера | т. быстрого включения т. вызов т. развития темы т. понижения статуса коммуникативного партнера т. переформулировки т. коммуникативного противостояния т. ретроспекции. |
| коммуникативные ходы | |
| к.х. признание к.х. запрос информации к.х. утверждение и запрос информации к.х. выражение заинтересованности к.х. предложение развития темы относящейся к экспертной зоне к.х. уточнение к.х. призыв к откровенности к.х. самокритика к.х. выражение эмоционального состояния к.х. комплимент к.х. приведение примера/сравнения к.х. позитивная констатация | к.х. непоследовательность в суждениях к.х. запрос информации к.х. утверждение и запрос информации к.х. уточнение к.х. утверждение к.х. осуждение к.х. оправдание к.х. намек к.х. выражение неприятия слов коммуникативного партнера к.х. расхождение между мнением и действительностью к.х. игнорирование |

Из таблицы видно, что у Ю. Дудя различие в стратегии коммуникативного поведения формируется с выбора тактик: для кооперативного и конфликтного они будут отличаться. В кооперативном интервью ведущий выбирает тактики искренности и повышения статуса коммуникативного партнера, в конфликтном на первый план выходит тактика коммуникативного противостояния и тактика понижения статуса коммуникативного партнера. Выбор ходов полностью зависит от выбора тактик. В результате конфликтные интервью Ю. Дудя получаются острыми, агрессивными с ярко выраженной позицией ведущего. В некоторых случаях, Дудь теряет инициативу и дает собеседнику перейти на личности в качестве ответной реакции.

Получается открытый спор, который нередко преобладает над основным содержанием. В другом ключе проходят кооперативные интервью. На наш взгляд, они гораздо больше удаются ведущему. Например, интервью с К. Хабенским получилось весьма информативным и интересным. Сам Константин в конце положительно охарактеризовал интервью, отметив, что получилось неплохо. У В. Познера К. Хабенский выглядел несколько скованным и не смог раскрыться до конца, потому что В. Познера интересовал вопрос об исторической стороне «Собибора», в которую Хабенский был не настолько погружен, а Ю. Дудь задал правильные вопросы касательно профессиональной части, на которые Хабенский отвечал с большим энтузиазмом. Данный факт говорит о разных смысловых уровнях, на которые работают ведущие: В. Познера в его героях интересуется глубина, интеллект, Ю. Дудя интересуют поверхностные темы, без самоанализа, самокопания и т.д.

В работе обоих ведущих можно выделить основные плюсы и минусы (см. таблицу 2.3).

Таблица 2.3. - Плюсы и минусы интервью В. Познера и Ю. Дудя.

| В.В. Познер | |
|--|--|
| плюсы | минусы |
| тщательная подготовка к интервью | излишняя официальность (данное обстоятельство сковывает героев, зачастую создается впечатление урока, на котором ученики боятся дать неправильный ответ строгому учителю) |
| такт и сдержанность в формулировке вопросов и оценок, соблюдение этикетных норм | некоторые вопросы В. Познер задает исключительно из собственных интересов, не задумываясь, что широкую аудиторию они могут мало занимать |
| положительный настрой к любому собеседнику, непредвзятость | выход ведущего на первый план в некоторых выпусках |
| умение держать инициативу до конца интервью | монотонность, однообразность выпусков |
| внимательность к ответам собеседника | в некоторых случаях категоричность, недоверие, нежелание принимать точку зрения собеседника как одну из приемлемых |
| умение выносить имплицитные оценки (данное обстоятельство вполне естественно для журналиста, у которого есть свое собственное мнение, тем не менее, такой подход позволяет не создавать острых конфликтных ситуаций) | некорректная формулировка некоторых вопросов (собеседники В.В. Познера отмечают, что журналист вырывает слова из контекста и в итоге формулирует вопросы некорректно) |
| обращение к ценностным феноменам | использование манипулятивных приемов, чтобы привести собеседника к нужному ответу, или усыпить его бдительность |
| умение вести себя в ситуации конфликтного общения | исходная установка и сценарный тип мышления в некоторых случаях мешают перестроиться и выйти на конвергентный уровень общения |
| настойчивость в получении ответов, умение переформулировать вопрос | |
| Ю. А. Дудь | |
| плюсы | минусы |
| минимум формальности, что позволяет героям максимально раскрыться (это проявляется в речи, в поведении) | переизбыток сниженной лексики (в частности, бранной). |
| место проведения (каждый выпуск проходит на территории героя, создается впечатление непринужденной обстановки) | нелогичность некоторых вопросов, иррациональность некоторых суждений |
| динамика (как правило, она осуществляется технически, при монтаже (различные вставки аудиовизуальных элементов, которые «оживляют» интервью), а также сменой положения героев в процессе интервью). | ярко выраженная предвзятость к некоторым героям |
| самокритика, самоирония ведущего | неумение слушать собеседника (в некоторых интервью возникает ощущение, что Ю. Дудь хочет представить героя так, как сам его представляет, не преследуя цели создать объективный портрет) |
| вопросы, интересные общественности (в том числе «острые») | полная или частичная потеря инициативы в некоторых интервью |
| тщательная подготовка | эксплицитная оценка интервьюируемого (проявляется в речи, мимике) |

Итак, несмотря на работу двух ведущих в одном жанре, формат передач, канал, рамки дозволенного, целевая аудитория и возрастные характеристики ведущих определяют различия в жанре. Тем не менее, главная цель, заключающаяся в презентации собеседника и самопрезентации, а также выборе определенного типа поведения является основополагающей и для В. Познера и для Ю. Дудя. Выбранная стратегия поведения реализуется различными коммуникативными тактиками и ходами, что влияет на результат. В. Познер, стремясь вывести человека на чистую воду, использует манипуляторные приемы, не выходя при этом за рамки языкового этикета. Ю. Дудь задает неудобные вопросы напрямую, не ища обходных путей, нередко используя бранную лексику. Как результат, конфликтные интервью Познера и Дудя получаются абсолютно разными. Кооперативные интервью у журналистов похожи, с единственной разницей, что В. Познер стремится раскрыть психологическую, интеллектуальную личность, а Ю. Дудь эмоциональную личность.

Выводы по второй главе:

В. Познер и Ю. Дудь представители разных поколений, разных журналистских школ. Оба журналиста имеют определенное мнение о собеседнике и на этом основании строят интервью. Большая разница состоит в том, что оценки В. Познера имплицитны, а многие конфликтные ситуации подавляются ведущим в самом начале их развития, что в итоге не приводит к открытому столкновению. Безусловно, формат программы, телеканал, авторитет ведущего также являются сдерживающими факторами. Тем не менее, строгая официальность отталкивает молодое поколение зрителей, которые предпочитают альтернативные источники информации. Программа «вДудь» - это новый формат интервью. Минимум формальности, непринужденная атмосфера и свобода речевого поведения помогают героям раскрепоститься. Интервью получается динамичным, интересным, живым. При монтаже используется большое количество аудиовизуальных врезок, что также насыщает интервью, делает его полноценным. Сниженная, в частности

бранная лексика и эксплицитная оценка ведущего – это намеренные приемы, которые являются своего рода протестом современного поколения против рамок и ограничения свободы. Другими словами излишняя толерантность воспринимается как пережиток прошлого, если у тебя есть мнение по какому-то вопросу, не бойся его открыто выражать. Как результат, конфликтные интервью Ю. Дудя превращаются в словесную перепалку. Ведущий открыто выражает негативное отношение к собеседнику или его поступкам, тот в ответ критикует Ю. Дудя. В некоторых случаях Дудь теряет инициативу. Когда такое происходит, нивелируется всякая объективность – основное требование к журналистам. Также нельзя оставить без внимания абсолютно недопустимое в журналистских материалах употребление сниженной лексики. К слову сказать, для обеспечения лингвистической экологии языка правительство России в 2014 году внесло поправку в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации», в которой зафиксировал недопустимость использования работниками СМИ нецензурной брани.

Блогеры живут по другим законам и используют бранную лексику как протест на ограничения, воспроизведение естественного общения, что, в свою очередь, вызывает беспокойство за лингвоэкологию языка, о который все чаще говорят российские исследователи. Проблема в том, что речевая агрессия вполне может перерасти в поведенческую агрессию, что никак не способствует общественной безопасности. Также изменения в речевом поведении предполагают закрепление ненормативного словоупотребления в целом поколении, которое в последствие будет подавать пример своим детям. В результате есть оправданные опасения за языковое будущее страны. Несмотря на очевидные плюсы программы «вДудь», оживление жанра интервью, считаем, что данная программа имеет существенный недостаток – чрезмерную речевую дозволенность. Программа «Познер», к сожалению, не интересна молодому поколению ввиду ее статичности, строгой официальности, смысловой сложности, тем не менее, такт, этикетные нормы,

интеллектуальность, ценностные феномены должны как-то закрепляться в обществе. Возможно, золотая середина между программой «Познер» и «вДудь» была бы в этом смысле наиболее подходящим вариантом. Ввиду этого можно говорить о перспективах дальнейшего развития и трансформации жанра интервью.

Заключение

В ходе нашего исследования мы изучили специфику языкового поведения Владимира Познера и Юрия Дудя по материалам их авторских передач «Познер» и «вДудь». Полученные результаты позволили сделать ключевые выводы. Оба ведущих, на основании собственного представления о герое, выбирают одну из моделей речевого поведения: конфликтную или кооперативную, что в свою очередь влияет на арсенал тактик и коммуникативных ходов. У В. Познера в интервью конфликтного и кооперативного типа примерно одинаковый набор тактик и различный набор коммуникативных ходов. Например, ходы *демонстрация готовности к сотрудничеству, благодарность, создание мы-общности* и т.д. используются В. Познером в гармоничном общении, а ходы *негативная констатация, расхождение между мнением и действительностью, выражение неприятия слов коммуникативного партнера, замечание, упрек* и т.д. – в конфликтном общении. При этом ответная реакция будет зависеть от языковой личности интервьюируемого: кооперативная и центрическая языковая личность собеседника минимизирует риски возникновения открытого конфликта, агрессивная языковая личность эти риски увеличивает. Безусловно, основная роль в координировании процесса зарождения и развития конфликта принадлежит ведущему. Если намеки на противоречия возникают в кооперативном интервью, В. Познер сразу же их нивелирует, потому что не преследует цели создания дискуссии. В конфликтном интервью В.В. Познер также старается не развивать спорную ситуацию, показав лишь ее грани, позволяющие судить о мнениях собеседников. Тем не менее, в некоторых случаях не удастся избежать конфликта, что проявляется в умеренно-агрессивном языковом поведении и очевидной напряженной атмосфере. Тем не менее, профессиональный опыт ведущего, формат передачи и канал являются факторами, ограничивающими собеседника, что в итоге приводит к

тому, что ведущему удастся скоординировать ситуацию, взять ее под контроль и не допустить открытого столкновения.

У. Ю. Дудя тактики и коммуникативные ходы в кооперативной и конфликтной стратегии существенно отличаются. В кооперативном интервью ведущий выбирает *тактику искренности и тактику повышения статуса коммуникативного партнера*. В конфликтном интервью на первый план выходит *тактика коммуникативного противостояния и тактика понижения статуса коммуникативного партнера*. Набор коммуникативных ходов также диаметрально противоположен: в кооперативном интервью это *предложение развития темы относящейся к экспертной зоне, призыв к откровенности, комплимент, позитивная констатация* и др.; в конфликтном интервью это *непоследовательность в суждениях, осуждение, намек, выражение неприятия слов коммуникативного партнера, расхождение между мнением и действительностью, игнорирование* и др. В результате конфликтные интервью Ю. Дудя получаются острыми, агрессивными с ярко выраженной позицией ведущего. В некоторых случаях, Дудь теряет инициативу и дает собеседнику перейти на личности в качестве ответной реакции. Получается открытый спор, который нередко преобладает над основным содержанием. В другом ключе проходят кооперативные интервью. На наш взгляд, они гораздо больше удаются ведущему.

Главная цель обеих ведущих заключается в презентации собеседника и самопрезентации. В. Познер, стремясь вывести человека на чистую воду, использует манипуляторные приемы, не выходя при этом за рамки языкового этикета. Ю. Дудь задает неудобные вопросы напрямую, не ища обходных путей, нередко используя бранную лексику. Как результат, конфликтные интервью Познера и Дудя получаются абсолютно разными. Кооперативные интервью у журналистов похожи, с единственной разницей, что В. Познер стремится раскрыть психологическую, интеллектуальную личность, а Ю. Дудь эмоциональную личность.

Несмотря на работу двух ведущих в одном жанре, формат передач, канал, рамки дозволенного, целевая аудитория и возрастные характеристики ведущих определяют различия в жанре. Программа «вДудь» - это новый формат интервью. Минимум формальности, непринужденная атмосфера и свобода речевого поведения помогают героям раскрепоститься. Интервью получается динамичным, интересным, живым. При монтаже используется большое количество аудиовизуальных врезок, что также насыщает интервью, делает его полноценным. Сниженная, в частности бранная лексика и эксплицитная оценка собеседника и его действий – это намеренные приемы, которые являются своего рода протестом современного поколения против рамок и ограничения свободы выражений мнений. Тем не менее, такая дозволенность вызывает объективные опасения за лингвистическую экологию русского языка. Программа «Познер», к сожалению, не интересна молодому поколению ввиду ее статичности, строгой официальности, смысловой сложности, тем не менее, такт, этикетные нормы, интеллектуальность, ценностные феномены должны как-то закрепляться в обществе. Возможно, золотая середина между программой «Познер» и «вДудь» была бы в этом смысле наиболее подходящим вариантом. Ввиду этого можно говорить о перспективах дальнейшего развития и трансформации жанра интервью.

Библиографический список

1. Асадуллина И. В., Садыкова Н. А. Речевые стратегии и тактики как функциональная основа эффективного диалога // «Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки»: Электронный сборник статей по материалам XL студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК». – 2016. – № 3 - С.220-224.
2. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: проблема интегративности: Автореф. дис.... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Урал. гос. ун-т - Екатеринбург, 2001. - 35 с.
3. Ворошилов В.В. Журналистика: учебник. М.: КНОРУС, 2010. - С.176.
4. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Винокур Т. Г. – Москва: Наука, 1993. – 172 с.
5. Выровцева Е.В. Трансформация традиционных публицистических жанров в современных массмедиа // Вестник Челябинского государственного университета, 2015. - № 5 - С. 207–213.
6. Голанова, Е. И. Устный публичный диалог: жанр интервью / Е. И. Голанова // Русский язык конца XX столетия. – М.: Наука, 2002. – С. 427- 453.
7. Горячев А.А. Стратегии создания рекламного образа // Коммуникативные исследования 2009: Виды коммуникации. Обучение общению: Продолжающееся научное издание / Науч. ред. И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2010. –С.37.
8. Дейк Т.А. Стратегия понимания связного текста / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – Москва, 1988. – С. 153–211.
9. Джандалиева Е. Ю. Портретное интервью как жанр речевого общения: некоторые особенности коммуникативного поведения участников (на

- материале немецкого языка) / Е. Ю. Джандалиева // Научный диалог: Филология. – 2012. – № 12– С. 86–101.
10. Доева З.У. Интервью как жанр журналистики // Журналистика XXI века: исторический опыт и современное развитие: межвузовский сборник научных трудов. Владикавказ, 2015. - С.241-247.
 11. Енин Е. ДАО разговорной программы / Е. Енин. – Екатеринбург, 2006. – 224 с.
 12. Ефанов А.А. «Хайпы» в современном поле медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2018. - №1. - С.63-69.
 13. Иванова И. В. Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Астрахань, 2009. – с.24.
 14. Иванова И.В. Реализация жанра телевизионного интервью в коммуникативном поле современного языка СМИ // Гуманитарные исследования, 2009. - №1. – С.51-58.
 15. Ильченко С.Н. Интервью в журналистском творчестве: Учебное пособие. СПб.: СПбГУ, 2003.- 93 с.
 16. Исакова Т.Н. Функционирование жанра интервью на современном этапе // Система ценностей современного общества, 2009. - Вып.№ 5-2. – С.19-22.
 17. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи Изд. УРСС, ЛКИ, 2008. – 288 с.
 18. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О.С. Иссерс. 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2011. - 224 с.
 19. Зайченко А.Н. Специфика интервью в системе журналистских жанров // Via scientiarum - дорога знаний, 2015. - №1. – С.83-87.
 20. Кантор Ю.З. Диалогический текст интервью в коммуникативном аспекте: (на материале современных российских газет: дис. ... канд. филол. наук / Ю.З. Кантор; С.-Петербург. гос. ун-т. – СПб., 2001 – 191 с.

21. Карасик В. И. Речевое поведение и типы языковых личностей // Массовая культура на рубеже XX–XXI веков: Человек и его дискурс: сборник науч. тр. / под ред. Ю. А. Сорокина, М. Р. Желтухиной / В. И. Карасик. – Москва: Азбуковник, 2003. – С. 24–46.
22. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. 1–е изд. / Ю. Н. Караулов. – Москва: «Наука», 1987. – 264 с.
23. Ким М. Н. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2011. — 400 с.
24. Ключев Р.В. Речевая коммуникация. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. - 317 с.
25. Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. – М.: Изд-во Аспект Пресс, 2013. – 334 с.
26. Колесниченко А. Практическая журналистика: учеб пособие. М., 2008. – 192 с.
27. Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста. – М.: Знание, СПБ ИВЭСЭП, 2000. – 272 с.
28. Котлярова Т.В. Речевые реакции коммуникантов в жанре интервью // Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания : материалы XII Студенческой научно-практической конференции. Москва, РУДН, 24 апреля 2015 г. – Москва : РУДН, 2015. С. 88-90.
29. Кошкарлова Н.Н. Коммуникативные стратегии и тактики интервьюера и интервьюируемого в гармоничном дискурсе: специфика политического интервью // Ученые записки ЗабГГПУ. Серия: филология, история, востоковедение, 2010. - №3. - С.88-93.
30. Красноперова Ю.В. Дискурсивные стратегии участников интервью: автореф. на соиск. уч. степени канд. филол. наук. Иркутск, 2005. – 24 с.
31. Красноперова Ю.В. Интервью как речевой жанр интердискурсивного характера // Амурский научный вестник, 2007. – №2. - С.264-265.
32. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. Учебное пособие. – Москва, 2004. – 208 с.

- 33.Лазутина Г. В. Технология и методика журналистского творчества / Г. В. Лазутина. – Москва, 1988. – 190 с.
- 34.Ланских А. В. Речевое поведение участников реалити–шоу: коммуникативные стратегии и тактики: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / А. В. Ланских. – Екатеринбург, 2008. – 24 с.
- 35.Лукина М. М. Технология интервью. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 191 с.
- 36.Майданова Л. М. Интервью // Культура русской речи: Энциклопедический словарь справочник / Под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н.Ширяева и др. – Москва: Флинта: Наука, 2003. – С. 216–217.
- 37.Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – Москва: Гнозис, 2003. – 280 с.
- 38.Максимова Н. В. «Чужая речь» как коммуникативная стратегия: Монография. — М.: Издательский центр РГГУ, 2005. — 317 с.
- 39.Марченко Т.В. Гармонизирующие речевые тактики (на материале жанра интервью) // Гуманитарные и юридические исследования, 2016. - №3. - С.243-244.
- 40.Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. –С.130.
- 41.Михайлова Ю.Н. Жанр интервью в современной коммуникативной практике// Россия между модернизацией и архаизацией: 1917– 2017 гг.: материалы XX Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета, 11– 12 апреля 2017 года : доклады / редкол. : Л. А. Закс и др. : в 2 т. – Т. 1. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2017. –С.469-473.
- 42.Мурашов А. А. Личность и речь: эпоха кризисов. М.: МПСИ, 2005. - 504 с.
- 43.Нестерюк Ю.В. Структура коммуникативной деятельности в интервью // Вестник СамГУ, 2015. - №1. – С.84-92.

- 44.Нестерюк Ю.В. Языковые средства реализации стратегии в современном немецкоязычном интервью // Языковые процессы в дискурсе: международный сборник научных статей, 2013 - С.103-106.
- 45.Павлычева Е. Д. Характеристика особенностей понятия «речевой портрет» / Е. Д. Павлычева // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. – 2015. – № 6. – С. 110–115.
- 46.Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис. ... д–ра филол. наук / О. Н. Паршина. – Саратов: Сар. ун-т., 2005. – 325 с.
- 47.Пастухов А.Г. Академическое интервью: новое в жанре и формате (на материале рубрики «Интервью» в приложении к «Независимой газете» Ex libris-НГ) // Медиалингвистика, 2013. - №2. - С170-173.
- 48.Плешаков Л. Вопросы-ловушки, или как проверить непроверяемое // Профессия – журналист. – 2001. – № 1. – С. 46–48.
- 49.Плотникова С.Н. Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональном аспектах) / С.Н. Плотникова. - Иркутск: ИГЛУ, 2000. - 244 с.
- 50.Пичугин А.В., Смирнов В.Б. Беседа: разновидность интервью или самостоятельный жанр? // Вестник ВолГУ, 2005. – Вып.4. – С.118-121.
- 51.Попова Т. И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте / Т.И. Попова. – Санкт-Петербург: Филолог. факультет СПбГУ, 2002. – 220 с.
- 52.Прохоров Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение / Ю. Е. Прохоров И. А. Стернин. – Москва: Флинта: Наука, 2006. – 238 с.
- 53.Радюк А. В. Кооперативные коммуникативные стратегии и тактики как средства гармонизации английского делового дискурса // Вестник МГИМО ун–та. – 2013. – № 1 (28). – С. 236–240.
- 54.Рева Е.К. Значение жанра интервью в раскрытии образа респондента как носителя национальных культурных ценностей своего народа // Известия ВГПУ, 2012. №9– С.75-78.

55. Сандлер Л.Л. Коммуникативные схемы в интервью-конфронтации (на примере программы «Познер») // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 11-13 мая 2017 г. - С.176-178.
56. Сахнова Е.Б. Классификация видов интервью на основании различий в роли и речевом поведении интервьюера // Проблемы речевой коммуникации, 2014. – Вып.1. - С.145-156.
57. Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика, 2013. – Вып. 4. – С.98-103.
58. Тепляшина А.Н. Методологические основы жанрообразования в масс-медиа. – СПб., 1997.
59. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. М.: Аспект-Пресс, 2010. - 352 с.
60. Толковый словарь русского языка: В 4-х т. // Под ред. Д.Н. Ушакова. - М., 1994.- Т.1.
61. Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения: дис. ... д-ра филол. наук: 5. 10.02.01. Екатеринбург, 2003. - 301 с.
62. Третьякова В. С. Речевая конфликтология: проблемы, задачи, перспективы // Вестник Челяб. гос. ун-та. Вып. 73. Филология. Искусствоведение. – 2013. № 1 (292). – С. 279–282.
63. Тюпа В. И. Диалог согласия // Новый филологический вестник. — 2015 — Вып. №1.- С.7-16.
64. Халиуллин А.Г. Диалогическая природа жанра интервью в современной прессе // Вестник ТГГПУ, 2010. -№3. – С.175-178.
65. Хусаинова Н.Д. Динамика развития жанра интервью в региональной прессе // Сборник материалов XXVI Международной научно-практической конференции "Филология и культурология: современные проблемы и перспективы развития", 2017. - С.38-39.

- 66.Цвик В. Телевизионная журналистика: учеб. пособие для студентов вузов. М., 2009. – 495 с.
- 67.Шалина И.В. Коммуникативно-речевая дисгармония: ее причины и виды / И.В. Шалина // Культурно-речевая ситуация в современной России. – Екатеринбург, 2000. – С.272–287.
- 68.Шарапов Э.Х. Интервью: исторический и теоретический аспекты // XIX Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: сборник статей (г. Нижневартовск, 4–5 апреля 2017 года) / отв. ред. А.В. Коричко. Ч. 5. История. Документоведение. Филология. Лингвистика. Журналистика. Реклама. – Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2017. -С.390-392.
- 69.Шарапов Э.Х. Жанр интервью: видовая составляющая // Молодой ученый, 2017. - №12. - С.668-670
- 70.Шостак М. Журналист и его произведение. М., 1998. – 96 с.
- 71.Швец Е.В. Понятие интервью в современном медиапространстве // Научный Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета, 2013. – Вып. 2. -С.159.
- 72.Швец Е. В. «Звездное» интервью в коммуникативно-прагматическом аспекте: автореф. дис. ... кан. филол. наук. Калининград, 2008. – 24 с.
- 73.Штырева С. В. Прагмалингвистическая характеристика интервью (на материале французской прессы): автореферат диссертации ... кандидата филологических наук / С. В. Штырева. – Москва, 2006. – 18 с.
- 74.Шмакова Г.А. Стратегии конфронтации и сотрудничества в интервью в. Познера // Журналистский ежегодник, 2015. - №4. - С.192-197. С.192-193.
- 75.Юрина М.В. Коммуникативные стратегии партнеров в политическом интервью: на материале современной прессы ФРГ: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Самара, 2006. -24 с.

- 76.Интервью с Константином Хабенским // Официальный сайт первого канала. - 27.04.2018, режим доступа <https://www.1tv.ru/shows/pozner/vypuski/gost-konstantin-habenskiy-pozner-vypusk-ot-23-04-2018>
- 77.Интервью с Шамилем Тарпищевым // Официальный сайт Первого канала. – 5.02.2018, режим доступа <https://www.1tv.ru/shows/pozner/vypuski/gost-shamil-tarpishev-pozner-vypusk-ot-05-02-2018>
- 78.Интервью с Ксенией Собчак // Официальный сайт Первого канала. – 29.01.2018, режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/pozner/vypuski/gost-kseniya-sobchak-pozner-vypusk-ot-29-01-2018>
- 79.Интервью с Сергеем Шнуровым // Официальный сайт Первого канала. – 10.10. 2016, режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/pozner/vypuski/gost-sergey-shnurov-pozner-vypusk-ot-10-10-2016>
- 80.Интервью с Константином Хабенским // YouTube-канал «вДудь». – 27.04.2018, режим доступа: <https://liveam.tv/vdud-27-04-2018.html>
- 81.Интервью с Ксенией Собчак // YouTube-канал «вДудь». – режим доступа: <https://liveam.tv/vdud-sobchak.html>
- 82.Интервью с Николаем Соболевым // YouTube-канал «вДудь». – режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=KiNrfjrpPNo&feature=youtu.be>
- 83.Интервью с Алексеем Венедиктовым // YouTube-канал «вДудь». – 13.03.2018, режим доступа: <https://liveam.tv/vdud-13-03-2018.html>

Выпускная квалификационная работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

« ___ » _____ 2017 г.

(подпись)

(Ф.И.О.)