

ББК 81
УДК 8; 81-119

*А. В. Бугова¹,
Магнитогорский государственный
технический университет им. Г. И. Носова
annb.79@mail.ru*

РОЛЬ ИНИЦИИРУЮЩИХ РЕПЛИК В ОРГАНИЗАЦИИ ТЕКСТОВ ИНТЕРВЬЮ

Объектом настоящего исследования являются реплики интервьюера как структурирующего начала тестов интервью. Рассматриваются и описываются такие типы речевых стратегий журналиста, как стратегия вежливости, положительной самопрезентации, становления положительного контакта с интервьюируемым. Авторами признается, что основной целью описанных стратегий является получение новых сведений о респонденте.

Ключевые слова: интервью, респондент, журналист, стратегии интервьюера, иницирующие реплики

На сегодняшний день вопрос о доминирующей роли участников интервью (журналиста и интервьюируемого) решается по-разному. Не вызывает сомнения тот факт, что личность респондента определяет содержание, образность, эмоциональность излагаемого в интервью материала. Особенно, когда речь идет о публичной персоне, впечатление о которой складывается у окружающих из различных источников информации: это может быть как информация, доступная ранее в СМИ, так и информация, предоставляемая самим человеком в ходе общения (интервью) [8, 100].

Интервью является разновидностью масс-медиального дискурса, где операции с информацией осуществляются в цепочке «интервьюер – интервьюируемый – аудитория» [7, 24].

Получение качественного материала в ходе интервью также напрямую зависит от профессионализма журналиста. Именно он подбирает темы для беседы, устанавливает очередность вопросов

¹ Бугова Анна Владимировна, старший преподаватель кафедры языкознания и литературоведения, Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова

и таким образом определяет структуру интервью [5, 27]. Интервьюируемый, реагируя на поставленные вопросы, может предлагать свой план протекания беседы. Интервью достигнет своей цели (найдет отклик аудитории), если в нем будут звучать вопросы, отражающие взгляды адресатов на предлагаемую тематику, а информация, предоставляемая адресантом, будет соответствовать ожиданиям массового получателя [9, 61–62].

Многие ученые, занимающиеся исследованиями диалогического общения, отводят главенствующее положение иницирующим репликам, признавая за ними приоритет в формировании и структурировании диалога [1; 2; 3; 9].

В вопросно-ответном диалоге вопросы, выступающие в качестве иницирующих реплик, характеризуются большей значимостью вербальных средств передачи коммуникативной информации говорящего в сравнении с ответами. Ответ собеседника часто может быть реализован посредством жеста, определенного взгляда, мимики или другим невербальным способом, что обуславливает более глубокое проникновение исследователей в сущность вопросов, чем ответов.

Н. И. Голубева-Монаткина говорит о неравном «коммуникативном суверенитете» вопросов и ответов, поскольку на форму и содержание ответа влияет поставленный вопрос, а для последующего вопроса ответ не играет такой роли [3, 131].

В работе А. Н. Баранова и Г. Е. Крейдлина [2, 84–99] отмечается, что в диалогическом общении реплики адресанта и адресата и соответствующие им речевые акты характеризуются особым видом отношения – «иллокутивным вынуждением» [2, 86], при котором одна реплика иллокутивно вынуждает другую. При интервьюировании мы наблюдаем вынуждение журналистской репликой ответа респондента. Наличие ответа обязательно, в противном случае процесс интервьюирования превращается в бессмысленное занятие.

В данном исследовании внимание сконцентрировано на речевых стратегиях интервьюера. В работах Т. А. ван Дейка детально описаны такие стратегии, характерные для интервью, как стратегия получения информации (ее цель – максимальное получение информации), стратегия вежливости (ее цель – определение уместности или неуместности семантического содержания речевых актов и создание положительного контакта между участниками интервью) и стратегия положительной самопрезентации (цель данной стратегии – избежать негативных выводов из того, что говорится в отношении личности собеседников) [4, 201]. Названные стратегии реализуются в речевых

действиях обоих участников интервью. Тщательный анализ текстов различных интервью с акцентом на речевые действия интервьюера позволяет выявить еще одну стратегию, часто применяемую адресантом интервью, – стратегию провокации. Кроме того, представляется, что вторая часть стратегии вежливости – создание положительного контакта между собеседниками – заслуживает большего внимания и может быть выделена в отдельную стратегию интервьюера, поскольку именно он должен создать соответствующий контакт, обеспечивающий удачную коммуникацию.

Стратегия установления положительного контакта обычно реализуется в начале интервью. Ее целью является установление взаимопонимания и доверия между собеседниками, налаживание между ними с самого начала нужного психологического контакта. Интервьюер, желая показать свое расположение, уважение к собеседнику или заинтересованность им, строит свою речь таким образом, чтобы максимально расположить собеседника к себе, вызвать его на откровенность. Такая целеустановка определяет семантическое содержание и лингвистическое оформление речи интервьюера в начале беседы: как правило, интервьюер высказывает свое, по большей части, положительное мнение по поводу деятельности, творчества и т. п. респондента, задает вопросы личного, даже бытового характера, называет его по имени, давая тем самым понять, что их общение строится не только на профессиональной, деловой основе, но и на личной симпатии. В начале интервью нередко наблюдается присутствие слов с положительной коннотацией, клишированных фраз о самочувствии, успехах, достижениях собеседника и т. д. Вопросы интервьюера в начале беседы не приводят к возникновению когнитивных структур в ответах собеседника и, по сути, не имеют такой иллюкативной цели: они не направлены на получение новой информации о респонденте. Начало разговора, равно как и этап завершения интервью, это метакоммуникация, реализация фатической функции языка.

Стратегия провокации имеет своей целью получить информацию, так или иначе скрываемую интервьюируемым, а также провоцировать его с помощью соответствующих вопросов (которые могут быть как прямыми, так и косвенными речевыми актами) на ответ заранее известный автору интервью. Это способ начать разговор на тему скандального или неприятного характера. Респондент при этом либо уходит от ответа, либо отвечает на поставленный вопрос – в зависимости от личностных качеств. Таким образом, данная стратегия является основой своеобразного психологического теста

на выдержку, такт и умение интервьюируемого управлять трудной ситуацией.

Если интервьюер прибегает к стратегии установления положительного контакта, как правило, в самом начале интервью, то стратегия провокации реализуется на последующих, более поздних этапах интервью. Использование данного стратегического хода в начале беседы вступило бы в противоречие с принципом вежливости, создало бы антагонизм между собеседниками, что не способствовало бы успешному протеканию интервью.

И стратегия установления положительного контакта, и стратегия провокации тесно связаны с основной стратегией интервьюера – стратегией получения информации, поскольку они обе преследуют, в конечном счете, одну цель – получение новых сведений о респонденте [6, 37].

Литература

1. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М.: «Языки русской культуры», 1999. – 896 с.
2. Баранов, А. Н., Крейдлин, Г. Е. Иллокутивное вынуждение в структуре диалога / А. Н. Баранов, Г. Е. Крейдлин // Вопросы языкознания. – 1992. – № 2. – С. 84–99.
3. Голубева-Монаткина, Н. И. Классификационное исследование вопросов и ответов диалогической речи / Н. И. Голубева-Монаткина // Вопросы языкознания. – 1991. – № 1. – С. 125–134.
4. Дейк Ван, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
5. Дубских, А. И. Диалогичность как способ организации текста на газетной полосе / А. И. Дубских // Проблемы диалогизма словесного искусства: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Стерлитамак: Стерлитамакская гос. пед. академия, 2007. – С. 26–28.
6. Дубских, А. И. Жанрово-прагматические особенности массово-информационного дискурса / А. И. Дубских // Язык, литература, ментальность: разнообразие культурных практик: материалы II Международной научной конференции. – Курск: «Издательский дом VIP», 2009. – С. 36–40.
7. Дубских, А. И., Севастьянова, В. С. «Звездное» интервью: структурно-композиционный аспект / А. И. Дубских, В. С. Севастьянова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2016. – № 3 (168). – С. 24–28.

8. Дубских, А. И., Бутова, А. В., Харитонова, С. В. Солидаризация как тактика самопрезентации публичной персоны в «звездном» интервью / А. И. Дубских, А. В. Бутова, С. В. Харитонова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2017. – № 1. – С. 99–106.

9. Кибрик, А. А. О некоторых видах знаний в модели естественного диалога / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1991. – № 1. – С. 61–68.

THE ROLE OF INITIATIVE REPLIES
IN THE ORGANIZATION OF INTERVIEW TEXTS

A. V. Butova

Abstract

The article deals with the interviewer replies as the structuring beginning of interview texts. Such types of journalist's speech strategies as politeness, positive self-presentation and positive contact with the interviewee are under consideration. The authors recognize the obtaining new information about the respondent the main purpose of the described strategies.

Key words: an interview, a respondent, a journalist, interviewer strategies, initiating replies