

Проблема эффективности речевых тактик журналиста
в телевизионном интервью:
на материале канала «Москва 24»

В статье анализируются речевые тактики, использованные ведущим программы «Интервью», вышедшей в эфир на телеканале «Москва 24», определяется эффективность их использования. Основная цель исследования – обозначить проблемы, связанные с применением журналистом различных речевых тактик в ходе интервью, и выявить причины коммуникативных ошибок.

Ключевые слова: интервью, речевые тактики, коммуникативная неудача, телевизионная речь.

Телевидение сегодня представляет зрителю разнообразные по содержанию и стилю материалы. Его задача – не только информировать, но и оказывать воздействие на аудиторию.

Один из самых популярных телевизионных жанров – это интервью. Оно «занимает особое место на телеэкране. Фактически нет ни одного информационного выпуска, где бы журналисты не задавали вопросов компетентным людям, не обращались к участникам различных событий, не интересовались мнением окружающих о тех или иных важных событиях»¹.

Именно в разговоре двух героев ярче всего проявляется проблематика эффективности речевых тактик журналиста. Потому интервью представляет интерес и для лингвистического анализа.

Речевая коммуникация может рассматриваться в аспекте общей стратегии (с точки зрения цели) и конкретной тактики (с точки зрения способа ее достижения)². Кроме того, лингвистический анализ медиатекста позволяет принять во внимание факторы, препятствующие достижению цели и порождающие коммуникативные

барьеры. В случае интервью об успехе либо неудаче применения журналистом тех или иных речевых тактик свидетельствует реакция гостя программы.

В данной статье анализ текстов интервью проводится с опорой на предложенную Т.И. Поповой классификацию речевых тактик³. *Тактика содействия* выявляется тогда, когда гость максимально полно и честно отвечает на вопросы ведущего. *Тактика противодействия* – отказ отвечать на вопрос, *тактика уклонения* – неточный и неполный ответ. Тактика уклонения, в свою очередь, делится на несколько групп: 1) тактика общих фраз; 2) тактика предоставления неполной информации; 3) тактика перевода ситуации из частной в общую; 4) тактика смены темы разговора.

В случае использования собеседником тактик противодействия и уклонения ведущий может применять, например, *тактику игнорирования уклонения от ответа*, *тактику выдвигения собственного предположения*, *тактику признания мотива отказа от ответа неуверенной*, *тактику обнародования скрываемой информации* и *тактику интерпретации информации собеседника*.

Эффективность речевых тактик журналиста рассмотрим на примере интервью с психологом Геннадием Чичкановым, которое вышло в прямом эфире на телеканале «Москва 24»⁴ в связи с убийством журналистки Ирины Кабановой. Интервью предварялось информационным сюжетом об этом преступлении, совершенном мужем жертвы.

В начале разговора ведущий Андрей Литвинов задал гостю вопрос: «Скажите, *вот* человек, который близок к этой семье, вы видели какие-то предпосылки... *Вот* что-то можно было увидеть, благодаря чему *траг...* *трагедию...* *трагедии* этой можно было избежать?». Обращает на себя внимание неуверенность журналиста. Вопрос формулируется с трудом. Заикаясь, А. Литвинов не может выговорить слово *трагедия* и грамотно просклонять его. Кроме того, в речи телеведущего несколько раз используется слово-паразит *вот*.

Г. Чичканов отказывается идти по логической цепочке, предложенной интервьюером, и уводит его в другом направлении: «Понимаете, у Ирины очень сложная судьба, надо начать с этого, *да?* ... Это была единственная семья, которая у нее была в жизни». Спикер дает понять, что журналист начал интервью не с того вопроса. И ему удается обозначить собственные ориентиры разговора. Можно предположить, что подобные поправки сразу же фиксируются и зрителями, что не лучшим образом сказывается на авторитете журналиста.

В данном случае ответ Г. Чичканова можно отнести к четвертой категории, выделенной Т.И. Поповой: гость, уклоняясь от ответа, использует *тактику смены темы разговора* и дает ответ на другой вопрос. Вместо того чтобы рассказать, каким образом трагедии можно было избежать, интервьюируемый начинает рассказывать предысторию.

Складывается впечатление, что в студии хозяин не интервьюер, а интервьюируемый. Это противоречит жанровым параметрам интервью, представляющего собой особый вид диалога, в котором журналист не просто оказывается посредником в передаче информации, а выступает фактически на равных со своим собеседником в процессе совместного творчества⁵. Такое интервью М.М. Лукина определяет как креативное. Жанровые законы интервью нарушаются в случае смены ролей, когда гость программы, как происходит в анализируемом примере, перехватывает инициативу.

Далее ведущий только подчеркивает доминирующую позицию гостя: «*Вот* вы сейчас видели в начале нашего выпуска сюжет моей коллеги Александры Корневой оооо... в котором мы показывали мужа Ирины, да? ...*Вот* как психолог, вы видели это интервью, он нормально держался. Как вы можете прокомментировать, *вот...* ааа...». А. Литвинов вновь слишком затягивает с формулировкой, и долгая пауза в середине предложения дает возможность гостю взять инициативу в свои руки и перебить ведущего: «С вашего позволения, я чуть раньше начну, чтобы хронологию соблюсти». Интервьюируемый отказывается формулировать собственное мнение и таким образом в очередной раз прибегает к тактике смены темы разговора.

Следует отметить, что в ходе интервью журналист ведет себя некорректно, постоянно перебивая спикера. Как указывает С.А. Муратов, если интервьюер «способен на полуслове прервать партнера по диалогу, не позволив ему закончить мысль, его нельзя считать профессионалом»⁶. Понятно, что длинные монологи в интервью недопустимы, но останавливать выступающего следует аккуратно, дождавись короткой паузы.

Ведущий предлагает: «Давайте вернемся все-таки в начало нашего разговора. Вы говорили, что вы общались очень плотно в конце декабря». В данном случае журналист использует *тактику интерпретации информации собеседника*. Прием оказывается неэффективным, поскольку Г. Чичканов опровергает прозвучавшее утверждение: «Нет, нет, я не говорил, что мы общались очень плотно. Это подруга общалась с ней очень плотно в конце декабря, а я общался чуть-чуть раньше».

Это пример коммуникативной ошибки ведущего, когда «недостаточная осведомленность журналиста в вопросах, затрагиваемых в ходе интервью, может привести к использованию неточного примера в качестве переформулировки, за которым последует указание интервьюируемого на неверность сделанного вывода, что свидетельствует о возникновении потенциально конфликтной ситуации»⁷.

Пытаясь наладить коммуникативное взаимодействие если не с собеседником, то со зрительской аудиторией, А. Литвинов применяет очередной тактический прием – он представляет зрителю факт, о котором собеседник не сообщал: «Зачем ему убивать свою жену, если они решили развестись?»

Но *тактика обнаружения скрываемой информации* не производит нужного эффекта. Гость делает акцент на первой части вопроса и, умело уводя внимание зрителя от темы развода, подчеркивает, что раздражен неоднократным возвращением журналиста к одним и тем же сюжетам: «Я еще раз повторю, мы с вами на этот вопрос уже ответили, *он это не планировал делать*. Понимаете, *он это делать не планировал, он не собирался*».

Чтобы быть услышанным, гость и сам неоднократно повторяет одну и ту же фразу: «он это не планировал делать», «он это делать не планировал», «он не собирался». Как считает С.А. Муратов, «присутствие культуры общения на экране, как правило, незаметно, зато ее отсутствие замечаешь сразу»⁸. И данный пример в очередной раз подтверждает слова исследователя. Среди критериев, говорящих об отсутствии профессионализма интервьюера, есть и такой: журналист «позволяет себе “не понять” собеседника или истолковывать в нужном для себя ключе его точку зрения»⁹.

Интересно, что и журналист демонстрирует неудовлетворенность течением диалога: он дважды повторяет: «*Я понял, я понял*, резюмируя нашу беседу, вообще-то вы склоняетесь к тому, что это людское безразличие друг к другу». Надо подчеркнуть, что словесные повторы, объяснимые и допустимые в высказываниях непрофессионала, приобретают особую функциональную нагрузку в речи журналиста. Подчеркивая с помощью повтора свое стремление быть услышанным, интервьюер допускает косвенную негативную оценку гостя: тот предстает перед зрителями как человек многословный и даже навязчивый.

В конце беседы Г. Чичканов говорит: «Да, но мы про детей не поговорили, очень жаль». Последняя фраза, произнесенная с разочарованием, дает понять зрителю, что гость остался недоволен

разговором. Известно, что, «соглашаясь на участие в передаче, любой человек исходит из каких-то своих мотивов, и журналист невольно обманет его ожидания, не предоставив возможности высказать мысли, наиболее важные»¹⁰. Поэтому в числе дополнительных задач, решаемых журналистом, можно назвать и задачу соответствия ожиданиям собеседника. Речевые тактики, избранные А. Литвиновым, исключили возможность достижения этой цели.

Уже в начале общения была понятна основная задача интервью – разобраться в причинах преступления. При этом интересы ведущего и гостя совпадали. Но в соответствии с Принципом Кооперации Г.П. Грайса¹¹, если в ходе разговора участникам не удалось достигнуть коммуникативной цели, а взаимодействие и взаимопонимание между ними отсутствовали, диалог можно признать прагматически неудачным.

О.С. Иссерс выделила два типа целей, которые преследует говорящий: «В первую очередь, он думает о результате своего сообщения и его эффективности, и в то же время он просчитывает “цену” разных подходов, которые в большей или меньшей степени соответствуют ситуации общения»¹². В данном случае можно сделать вывод о том, что речевые тактики, которые использовал ведущий, оказались неэффективными. Это в целом типично для речевой коммуникации. По мнению Д.Д. Морлея, в общении с точки зрения тактики (и такта) гораздо больше неудачных решений, чем удачных¹³. Но это не оправдывает журналиста. Ведь именно материалы массмедиа формируют вкусы аудитории и жизненные ценности, расставляют приоритеты и определяют особенности образа поведения, в том числе и речевого.

Примечания

- ¹ Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика: Учеб. 4-е изд. М.: МГУ, Высш. шк., 2002. С. 184.
- ² Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. С. 9.
- ³ Попова Т.И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2002. С. 122. (Филол. исслед.)
- ⁴ Программа «Интервью». «Москва 24». 2013. 13 янв. 16:00.
- ⁵ Лукина М.М. Технология интервью: Учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 19.

- ⁶ *Муратов С.А.* Телевизионное общение в кадре и за кадром: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика». М.: Аспект Пресс, 2003. С. 174.
- ⁷ *Красноперова Ю.В.* Дискурсивные стратегии участников интервью. Дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2005. С. 158.
- ⁸ *Муратов С.А.*. Указ. соч. С. 174.
- ⁹ Там же. С. 175.
- ¹⁰ Там же. С. 66.
- ¹¹ *Грайс Г.П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 217–237.
- ¹² *Иссерс О.С.* Указ. соч. С. 9.
- ¹³ *Morley D.D.* Subjective message constructs: a theory of persuasion // Communication Monographs. 1997. V. 54. June. P. 183–203.