

УДК 811.11

Д.И. КОРИНА

(*daria.korina@yandex.ru*)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ТАКТИКИ «ВЫЗОВ» ИНТЕРВЬЮЕРА В СОВРЕМЕННЫХ НЕМЕЦКИХ ИНТЕРВЬЮ*

*Установлены основные средства выражения коммуникативной тактики «вызов» в современных немецких интервью.
Определены коммуникативные ходы реализации тактики в речевом жанре «интервью».*

Ключевые слова: *речевой жанр, интервью, коммуникативная тактика, коммуникация, слово, пример.*

Выявление особенностей стратегического взаимодействия участников коммуникации стало одним из самых актуальных направлений исследования современной лингвистики. Определение закономерностей речевого поведения в разных коммуникативных ситуациях дает представление о причинах успешности и неуспешности общения. Данные таких исследований могут быть использованы с целью сознательного совершенствования коммуникативной компетенции и овладения навыками эффективного общения. В нашей статье ставятся следующие исследовательские задачи: 1) на материале опубликованных в немецких СМИ интервью определить языковые средства реализации коммуникативной тактики «вызов» интервьюера; 2) выявить коммуникативные ходы реализации данной тактики. Эмпирическую базу нашей работы составили 22 интервью из немецких журналов “Der Spiegel”, “Stern” и “Focus”. В качестве объекта исследования был выбран речевой жанр «интервью», который относится в отечественной германистике к числу недостаточно исследованных [1, с. 215–221; 5, с. 11–17].

Изучение речевого жанра в коммуникативном аспекте предполагает обращение к понятиям «коммуникативная стратегия» и «коммуникативная тактика». Согласно О.С. Иссерс, коммуникативные стратегии – это «специфические способы речевого поведения, осуществляемые под контролем “глобального намерения”» [3, с. 104]. Коммуникативная тактика, по определению В.А. Мальцевой, представляет собой «совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия», направленных на достижение основной стратегической цели [6, с. 83]. В нашей статье мы исходим из классификации коммуникативных стратегий М.В. Юриной, которая выделяет стратегию принятия нейтралитета, протекционистскую и провокативную стратегии интервьюера, стратегии самопрезентации, встречного нападения и оборонительную стратегию интервьюируемого [7]. Тактику «вызов» интервьюера М.В. Юрина рассматривает в рамках провокативной стратегии интервьюера.

Главной целью журналиста, реализующего коммуникативную тактику «вызов», является провоцирование «ответной реакции, содержащей опровержение или указание интервьюируемого на ошибочную интерпретацию его слов, либо на признание несоответствия между высказанной мыслью и действительным положением дел» [4]. Поскольку журналист ориентируется также на потенциального читателя, то информация, представленная в интервью, должна быть интересной, актуальной и правдивой. Если же попытка ее раскрыть потенциально ставит под угрозу репутацию интервьюируемого или вообще не подлежит разглашению, иначе говоря, может быть выяснена только против его воли, то речь журналиста будет носить характер провокации. Прежде всего, необходимо отметить, что журналист занимает в интервью, как правило, нейтральную позицию, старается дистанцироваться от сказанного или снизить категоричность своего высказывания, что находит отражение в нередком использовании: 1) ссылок на третьих лиц, в частности без указания конкретных имен; 2) прямых цитат; 3) косвенной речи, выраженной презентными формами конъюнктива. Например: 1) Spiegel: *Es gibt ein Gerücht, wonach Sie sich um 1970 in einem PLO-Camp in Jordanien aufhielten* (Spiegel. 2001. Vol. 2. P. 40); 2) Spiegel: *Der Londoner “Guardian” nannte die Corrs vor einiger Zeit die “niedlichste*

* Работа выполнена под руководством Красавского Н.А., доктора филологических наук, профессора кафедры немецкого языка и методики его преподавания ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

und eingängigste Popband». *Verletzt Sie so was?* (Spiegel. 2004. Vol. 17. P. 168); 3) Spiegel: *Viele sagen, die SPD habe ihren zentralen Grundwert aufgegeben, die soziale Gerechtigkeit. Können Sie die Kritik nachvollziehen?* (Spiegel. 2004. Vol. 33. P. 62). Менее категоричный характер носит также реплика журналиста в следующем примере: Focus: **Sie selbst waren aber nicht, wie der Schriftsteller Günter Grass, in der SS?** Siebeck: Nein, dafür war ich ein Jahr zu jung. <...> (Focus. 2007. Vol. 45. P. 166). Высказывание интервьюера представляет собой предложение вопросительное по цели, но грамматически оформленное как повествовательное, что является нарушением языковой нормы и свойственно для разговорного стиля общения. Несмотря на то, что ответ на данный вопрос по структуре может быть как подтверждением, так и опровержением, содержащееся в вопросе отрицание (*nicht*), на которое ставится акцент, позволяет журналисту подчеркнуть сомнение в возможной принадлежности интервьюируемого к войскам СС, и тем самым обезопасить себя, если при прямой постановке вопроса он может показаться собеседнику бесцеремонным.

Используя же коммуникативную тактику «вызов», интервьюер часто старается вынудить интервьюируемого занять четкую позицию по интересующему вопросу [4]. Для достижения необходимого эффекта журналист нередко прибегает к более смелым, возможно, *парадоксальным или противоречащим здравому смыслу* высказываниям: 1) Spiegel: *Die Muslime lesen aus dem Papier eine klare Botschaft: "Das Christentum ist gut und aufgeklärt, der Islam ist schlecht und unaufgeklärt". Ist Kirche so nicht Vorreiter von Vorurteilen?* (Spiegel. 2007. Vol. 6. P. 17); 2) Stern: **Sitzen Sie sonst die ganze Zeit auf Ihrem Sofa?** (Stern. 2004. Vol. 2. P. 69); 3) Focus: *... Waren Frauen im Dritten Reich wirklich nur Mütter, die dem "Führer" Krieger zu schenken hatten?* (Focus. 2007. Vol. 45. P. 166).

Можно спровоцировать собеседника на нужную реакцию, высказав что-то противоречащее здравому смыслу уверенным, безапелляционным тоном. Мозг человека устроен таким образом, что моментально агрессивно реагирует на ложь и глупость, вследствие чего первой реакцией человека становится желание начать возражать и он может выдать истинное положение дел [2, с. 52]. Таким образом, выбирая указанную тактику и соответствующие средства ее реализации, журналист стремится вызвать у интервьюируемого подобную моментальную ответную реакцию и спровоцировать выдачу интересующей информации. Ответ интервьюируемого, как правило, коммуникативный ход, направленный на выражение тактики «несогласие» с последующей коррекцией слов журналиста, при этом часто может носить резкий и категоричный характер. Рассмотрим отрывок из интервью с бывшим премьер-министром федеральной земли Гессен и лидером партии ХДС Роландом Кохом: Stern: *Frau Merkel war in den letzten Monaten in der programmatischen Diskussion in Leipzig und bei der politischen Führung im Ringen um die Steuerreform die beherrschende Figur in der Union. Zugegeben?* Roland Koch: Was hat das mit zugeben zu tun? Wir sind sicher alle in der CDU sehr froh und zufrieden damit, dass wir eine starke Vorsitzende haben. <...> Stern: **Hören wir richtig? Herr Koch ruft Chapeau, Angela?** Roland Koch: Es gehört zu den medialen Spielchen, unentwegt nach Nuancen eines Gegeneinanders von Angela Merkel und Roland Koch zu suchen. Das geht mir, ich bitte um Verständnis, ziemlich auf den Nerv. Ich bin interessiert daran, dass die CDU gut in Form ist. <...> Angela Merkel hat die CDU in eine gute Ausgangsposition gebracht für 2004. Darüber sind wir mal alle ganz glücklich, daher sind wir mit unserer Vorsitzenden zufrieden (Stern. 2004. Vol. 2. P. 40–41). В данном интервью журналисты, на наш взгляд, стараются выполнить две коммуникативные цели: спровоцировать немецкого политика высказать свое мнение по поводу будущих кандидатур на должность федерального президента и канцлера Германии, а также выяснить отношение Роланда Коха к другому члену его партии – Ангеле Меркель. Последнее отражено в представленном отрывке. Поскольку разногласия Роланда Коха и Ангелы Меркель в политике широко известны и обсуждаемы, журналисты, вероятно, пытаются спровоцировать политика выразить оценку коллеги как политического деятеля. На первый вопрос интервьюируемый дает уклончивый ответ: несмотря на использование лексических средств с положительной окраской (*sehr froh und zufrieden, eine starke Vorsitzende*) ему удается избежать личной оценки за счет замены личного местоимения *ich* на *wir*. Тогда интервьюеры прибегают к провокации, осуществляя ее посредством

ироничного переспроса: “*Hören wir richtig? Herr Koch ruft “Chapeau, Angela”?*”. В данной реплике имплицитно присутствуют недоверие и намек на неискренность Роланда Коха, не выдающего ожидаемую информацию о противостоянии между политиками.

Коммуникативная тактика «вызов» часто реализуется *при помощи коммуникативных ходов других тактик*, которые являются своего рода предварительными условиями для ее успешной реализации. Так, если главное коммуникативное намерение не достигнуто, журналист может вернуться к интересующему его вопросу позднее, прибегая к тактике «смена темы». Здесь интересны случаи, когда последующая смена на нужную тему происходит как бы естественным образом, вытекая из последней реплики интервьюируемого. Рассмотрим данный случай на примере интервью с немецким политиком из Партии зеленых и Министром иностранных дел (на момент интервью) Йошкой Фишером: Spiegel: ***Können Sie denn ausschließen, dass Sie für Molotow-Cocktails waren?*** Fischer: Das hat nicht meiner Haltung und Überzeugung entsprochen. Insoweit kann ich das ausschließen. <...> Spiegel: ***Wie oft haben Sie trainiert?*** Fischer: Wir gingen nicht ins Trainingslager, führten keine Ausbildungslehrgänge im Straßenkampf durch, nichts dergleichen. Spiegel: ***Sondern?*** Fischer: Wir haben im Wald ausprobiert, wie man sich gegen Schilde und Knüppel wehren kann. Das führte zu Verstauchungen und blauen Flecken. <...> Spiegel: ***Wie oft waren Sie im Wald?*** Fischer: Ein paar Mal. Dann gab es die nächste Stufe: Karate. Das habe ich auch gemacht. Am meisten hat mir gebracht, dass ich mit einem alten Boxer trainiert habe, aber das war nach 1979! Spiegel: ***Haben Sie im Wald das Werfen von Steinen oder Molotow-Cocktails geübt?*** Fischer: Nein. Werfen Sie mal im Wald mit Steinen oder gar Flaschen. Würde ich Ihnen nicht empfehlen (Spiegel. 2001. Vol. 2. P. 38–40). Пытаясь выяснить подробности радикального прошлого Йошки Фишера и получить от самого интервьюируемого подтверждение об участии в столкновениях с полицией во время демонстрации во Франкфурте в мае 1976 г., журналист после неоднократного (не представлено в данном отрывке) отрицания политиком своей причастности меняет тему. Далее он задает по ходу развития диалога уточняющие вопросы к содержанию речи интервьюируемого и вдруг снова выводит разговор в нужное русло, реализуя тактику «вызов»: “*Haben Sie im Wald das Werfen von Steinen oder Molotow-Cocktails geübt?*”. Такое речевое поведение журналиста в некоторых случаях довольно навязчиво, но, на наш взгляд, является показательным примером сознательного стратегического планирования интервьюером речевого взаимодействия.

Не менее частотным коммуникативным ходом журналиста, реализующего тактику вызова, является «*переход на личность*» интервьюируемого: Focus: ***Herr Schartau, sind Sie unmodern?*** Schartau: Ich hoffe doch nein. Aber ich mag das Neue ganz besonders, wenn es mit beiden Beinen auf dem Boden steht (Focus. 2004. Vol. 17. P. 24). Прямой вопрос журналиста звучит безапелляционно за счет отсутствия каких-либо маркеров (помимо местоимения *Sie*), придающих высказыванию вежливый тон, и в том числе за счет его нераспространенности: на прилагательное ‘*unmodern*’, стоящее в самом конце реплики, падает логическое ударение, и оно становится, таким образом, ядром высказывания. Прямая постановка вопроса словно заставляет самого интервьюируемого начать сомневаться в отсутствии у него качества, в котором его обличают, о чем свидетельствует его ответная реплика “*Ich hoffe doch nein*”, и впоследствии опровергнуть предположение журналиста.

Для коммуникативного хода «переход на личность» в большей степени, чем для других ходов, характерно использование интервьюером эмоционально-окрашенной лексики, например, существительных (*der Perfektionist, die Angst, die Buhrufe, der Niemand*) с негативным компонентом значения, а также таких стилистических средств, как сравнения (“*Für Sie ist Meinhof so etwas wie die Mutter der 68er*” (Stern. 2007. Vol. 46. P. 56), “*Sie klingen ja wie ein Pater an der Klosterpforte, der wahre Pilgerscharen beherbergen muss*” (Spiegel. 2001. Vol. 2. P. 161)) и оценочные эпитеты с негативной коннотацией (*unmodern, dramatisch, gescheitert, aggressiv, altmodisch, nicht sehr sportlich*), выразительность которых усиливается в сочетании с такими наречиями, как *völlig, komplett, sogar, ziemlich* и пр. Кроме того, интервьюер нередко прибегает к использованию антитезы, ставя под угрозу положительный образ интервьюируемого: *Wie ist es, zweiter Mann zu sein, wenn man sich selbst für den Besten hält?* (Stern. 2004. Vol. 2. P. 69).

Ситуация общения в интервью, где интервьюер использует тактику «вызов», всегда в большей или меньшей степени приближена к конфликтной. Показательным примером являются интервью с политическими деятелями. Наиболее частотным коммуникативным ходом в данных интервью и аналогичных примерах интервью с представителями других сфер является *формулирование безапелляционных высказываний обличительного характера*: Spiegel: *Herr Meyer, Sie wollen Sozialhilfe auf zehn Jahre befristen. War das Ihr Neujahrsgruß an die Stammtische?* Meyer: Ich meine das ernst. Mich hat erschreckt, dass in meiner Heimatstadt Hamm jeder vierte erwachsene Sozialhilfebezieher zwischen 18 und 30 Jahre alt ist. Es kann nicht sein, dass sich junge, arbeitslose Leute von vornherein darauf einstellen, bis zum 50. oder 60. Lebensjahr auf Staatskosten zu leben. Wir müssen die Auszahlung von Sozialhilfe an junge, arbeitsfähige Empfänger davon abhängig machen, dass diese eine Gegenleistung erbringen oder sich – noch besser – weiterbilden. <...> Spiegel: *Was passiert, wenn die zehn Jahre abgelaufen sind – wollen Sie die Leute verhungern lassen?* Meyer: Warten wir doch die psychologische Wirkung einer solchen Maßnahme ab. Ich weiß nicht, warum in Deutschland nicht möglich sein soll, was in anderen europäischen Ländern wie Großbritannien funktioniert. Wer dort mehrmals Jobs ablehnt, erhält weniger staatliche Unterstützung. Mit falschem Mitleid tun wir den jungen Menschen keinen Gefallen (Spiegel. 2001. Vol. 2. P. 22).

Используя в вводной реплике интервью сарказм (*War das Ihr Neujahrsgruß an die Stammtische?*) по отношению к предложению бывшего генерального секретаря ХДС ограничить длительность оказания социальной помощи безработным, журналист изначально выбирает конфликтную стратегию речевого поведения и задает тон всей коммуникации. Если сарказм в первой реплике косвенно выражает осуждение позиции политика, то для следующего вопроса журналиста характерно ее прямое обличение за счет использования глагола с негативной коннотацией (*...wollen Sie die Leute verhungern lassen?*). В таком ходе интервьюера ощущается некоторая степень давления. Лауренц Мейер вынужден занять оборонительную позицию и обосновать свою точку зрения по данному вопросу, приводя, на наш взгляд, исчерпывающие аргументы, в том числе пример положительного опыта Великобритании.

Итак, чтобы оказать нужное воздействие как на собеседника, так и на читателя, журналист из имеющихся в арсенале языковых средств выбирает те, что обладают наиболее сильным прагматическим потенциалом. Основными средствами языкового выражения тактики вызова являются: имена существительные (*der Rausschmiss, der Perfektionist, die Angst, die Buhrufe, die Flucht, der Niemand*), в том числе субстантивированные глаголы (*das Anprangern, das Verurteilen*) с негативным компонентом значения; глаголы с негативной коннотацией (*beneiden, abbremesen, verletzen, fürchten, verhungern*); антонимы, в том числе контекстуальные (*stärker – schwächer; einer von vielen – zweiter Mann, Hoffnungsträger – Totengräber*); оценочные эпитеты с негативной коннотацией (*unmodern, dramatisch, gescheitert, aggressiv, altmodisch, sportlich*), выразительность которых усиливается в сочетании с такими наречиями, как *völlig, komplett, sogar*; ироничные и саркастичные высказывания (*“Chapeau, Angela!”*); сравнения (*“Für Sie ist Meinhof so etwas wie die Mutter der 68er”* (Stern, 2007, Vol. 46. P. 56); эллипс, в частности выражающий переспрос (*Wieso?! Ach nein?! Also ja?*).

Ситуация общения в интервью, где журналист использует тактику «вызов», всегда в какой-то степени приближена к конфликтной, особенно если в качестве коммуникативного хода используются безапелляционные реплики обличительного характера. Чтобы вынудить интервьюируемого занять более четкую позицию по интересующему вопросу, интервьюер также нередко прибегает к формулированию смелых, парадоксальных или даже противоречащих здравому смыслу высказываний. Предварительными условиями для успешной реализации коммуникативной тактики «вызов» могут быть также коммуникативные ходы других тактик, например, тактики «смена темы». Не менее частым коммуникативным ходом журналиста, реализующего тактику «вызов», является «переход на личность». Для коммуникативного хода «переход на личность» в большей степени, чем для других ходов, характерен выбор интервьюером эмоционально-окрашенной лексики: например, существительных с негативным компонентом значения, а также таких стилистических средств как антитеза, сравнения и оценочные эпитеты с негативной коннотацией.

Литература

1. Дудецкая А.Н., Красавский Н.А. Реализация коммуникативной тактики дистанцирования в интервью с современными политиками ФРГ // Аксиологическая лингвистика: проблемы лингвоконцептологии и коммуникативной деятельности: сб. науч. тр. / под ред. Н.А. Красавского. Волгоград: Колледж, 2009. С. 215–221.
2. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. 4-е изд. М.: Дело: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ, 2002.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. М.: Лки, 2008.
4. Красноперова Ю.В. Дискурсивные стратегии участников интервью: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2005.
5. Липина Е.Ю. Коммуникативная тактика вызова участников немецкоязычного интервью // Проблемы современной лингвистики: сб. науч. ст. / под ред. Н.А. Красавского. Волгоград: Колледж, 2009. Вып. 5. С. 11–17.
6. Мальцева В.А. Общение как воздействие и диалог // Вестник Челябин. гос. ун-та. 2007. № 15. С. 80–88.
7. Юрина М.В. Коммуникативные стратегии партнеров в политическом интервью: на материале современной прессы ФРГ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006.

DARIA KORINA

Volgograd State Socio-Pedagogical University

REALIZATION OF THE INTERVIEWER'S COMMUNICATIVE TACTICS "CHALLENGE" IN MODERN GERMAN INTERVIEWS

*The article deals with the basic means of expression of the communicative tactics "challenge" in modern German interviews.
The communicative moves of the tactics' realization in the speech genre "interview" are determined.*

*Key words: speech genre, interview, communicative tactics,
communication, word, example.*