

Latvijas Universitāte
Humanitāro zinātņu fakultāte
Rusistikas un slāvistikas nodaļa

Maģistra darbs

**TELEVĪZIJAS INTERVIJAS ŽANRA
PRAGMATISKIE ASPEKTI**

Autors: Andrejs Mamikins, stud. apl. am07146

Zinātniskais vadītājs: Dr. phil, doc. Rozanna Kurpniece

Rīga 2010

Латвийский университет
Факультет гуманитарных наук
Отделение русистики и славистики

Магистерская работа

**ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ЖАНРА ТЕЛЕВИЗИОННОГО ИНТЕРВЬЮ**

Автор: Андрей Мамыкин, студ. уд. am07146

Научн. руководитель:
Dr. phil., доцент Курпниеце Розанна Оскаровна

Рига 2010

ANOTĀCIJA

Andrejs Mamikins

Televīzijas intervijas žanrs kognitīvā un pragmatiskā aspektā:
maģistra darbs. – Rīga, 2010 – 113 lpp.

Darbs tiek veltīts televīzijas intervijas žanram mūsdienu masu komunikāciju apstākļos. Tā mērķis ir noskaidrot televīzijas intervijas, kā speciālā runas žanra, komunikatīvu taktiku īpašības. Autors veic teleintervijas valodas īpašību analīzi, pamatojoties uz izmantoto komunikatīvo taktiku salīdzināšanu, izskata freimu struktūru un teleintervijas minimālās dialoga vienības. Īpaša uzmanība tiek veltīta komunikantu runas taktiku izmaiņai atkārtībā no runas akta ārējo apstākļu izmaiņas.

Darbs tiek dalīts divās daļās. Pirmajā daļā tiek izklāstīti teorētiskie pamatjautājumi, kuri ir nepieciešami pētījuma veikšanai: mūsdienu žurnālistikas žanru sistēma, televīzijas intervijas diskursa pētnieciskas metodes, komunikatīvu taktiku pētīšanas metodes, bet otrajā daļā solis pa solim, saskaņā ar izvirzītajiem uzdevumiem tiek izskatīts un pētīts televīzijas intervijas žanrs kognitīvā un pragmatiskā aspektā.

Pētījums var ieinteresēt filologus un žurnālistus, kas nodarbojas ar līdzīgas problēmātikas pētīšanu, kā arī visus lasītājus, kas interesējas ar doto jautājumu.

ATSLĒGVĀRDI

Televīzijas intervija, runas aktu teorija, komunikatīvas taktikas, freims, dialoga minimālā vienība, diskurss

АННОТАЦИИ

Мамыкин Андрей

Жанр телевизионного интервью в когнитивном и прагматическом аспекте: магистерская работа. – Рига, 2010 – 113 с.

Работа посвящена исследованию жанра телевизионного интервью в современных СМИ. Ее целью служит выявление особенностей коммуникативных тактик телеинтервью как особого речевого жанра. Автор проводит анализ речевых особенностей телевизионного интервью, сравнивает применяемые коммуникативные тактики, рассматривает фреймовую структуру и минимальные диалогические единицы. Особое внимание уделяется динамике речевых тактик коммуникантов при изменении внешних условий протекания речевого акта.

Работа делится на две части. В первой части излагаются основные теоретические вопросы, необходимые для проведения исследования: современная жанровая система журналистики, методика изучения дискурса телеинтервью, методы исследования коммуникативных тактик; во второй части последовательно, в соответствии с поставленными задачами, рассматриваются особенности жанра телевизионного интервью в когнитивном и прагматическом аспектах.

Исследование может заинтересовать филологов и журналистов, занимающихся схожей проблематикой, а также всех интересующихся данным вопросом читателей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Телевизионное интервью, теория речевых актов, коммуникативные тактики, фрейм, минимальная диалогическая единица, дискурс

L'ANNOTATION

Andrejs Mamikins

Le langage télévisuel de l'interview télévisée sous l'aspect cognitive et pragmatique: mémoire de maîtrise. – Riga, 2010

Le travail de recherche porte sur le langage télévisuel de l'interview télévisé dans le contexte actuel des communications de masse.

L'objectif de cette recherche est de montrer les particularités des procédés communicatifs dans l'interview télévisée comme dans un type particulier du langage. L'auteur analyse des particularités du langage de l'interview télévisée en s'appuyant sur la comparaison des procédés communicatifs utilisés, ainsi que fait une étude sur la structure de trame et des unités minimales du dialogue. Une attention particulière est portée sur les changements des procédés langagiers des communicants au cas des changements des conditions extérieures de l'acte du langage.

Le travail de recherche est constitué de deux parties. Dans la première partie on expose des questions théoriques principales qui sont indispensables pour effectuer la recherche : le système actuel des genres journalistiques, la méthode de l'étude du discours de l'interview télévisé, les méthodes de recherche sur les procédés communicatifs. Dans la seconde partie, en correspondance avec des objectifs posés, on étudie les particularités du langage télévisuel de l'interview télévisée sous l'aspect cognitif et pragmatique.

La recherche peut intéresser des philologues et des journalistes qui s'attachent à une telle problématique, ainsi que tous les lecteurs qui s'intéressent à la question donnée.

MOTS-CLÈS

L'interview télévisée, la théorie des actes de la parole, les procédés communicatifs, la trame, l'unité minimale du dialogue, le discours

ZUSAMMENFASSUNG

Andrejs Mamikins. Die kognitiven und pragmatischen Aspekte der Sprache des TV-Interviews: Magisterarbeit. - Riga 2010

Die vorliegende Arbeit untersucht die Besonderheiten der Sprachgattung von TV-Interviews unter den spezifischen Bedingungen der modernen Massenmedien.

Das Ziel der Untersuchung ist die Feststellung von besonderen kommunikativen Methoden eines TV-Interviews, welches als eine selbständige Sprachgattung in Erscheinung tritt. Zur Analyse werden die kommunikativen Taktiken der besonderen sprachlichen Mittel verglichen, die in einem TV-Interview zum Einsatz kommen, sowie die Framestrukturen und die minimalen dialogischen Einheiten untersucht. Die besonderen Augenmerkmale legt der Autor auf die Veränderungen der Redetaktiken von Interviewteilnehmer angesichts der äußeren Einflüsse auf den Redeverlauf.

Die Arbeit ist in zwei Abschnitte aufgeteilt. Der erste Abschnitt befasst sich mit den theoretischen Fragen, die für diese Untersuchung unerlässlich sind: modernes Genregebäude der Journalistik, Studienmethoden des Interviewdiskurses, Untersuchungsmethoden der kommunikativen Taktiken. Die Fragestellungen des zweiten Abschnitts sind die kognitiven und pragmatischen Aspekte der Besonderheiten der Sprache des TV-Interviews.

Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit könnten für Philologen und Journalisten, die sich mit der gleichen Problematik beschäftigen, sowie für interessierte Leser hilfreich und interessant sein.

STICHWÖRTER

TV-Interview, Theorie des Redeaktes, kommunikative Taktiken, Frame, minimale Dialogeinheit, Diskurs.

ANNOTATION

Andrejs Mamikins

Genre of television interview in cognitive and pragmatic aspect

Master's thesis. – Riga, 2010 – 113 p.

The thesis deals with research of language of television interview as a genre in modern mass communications framework. It's goal is to determine peculiarities of communicative tactics of television interview as a special speaking genre. The author analyzes speaking peculiarities of television interview on the basis of comparison of applied communicative tactics, examines frame structure and minimal dialogue units. Special attention is paid to changes in speaking tactics of communicants under changes in external conditions of a speaking act.

The thesis is divided into two parts. The first part contains basic theoretical issues necessary for the research: genre system of modern journalism, methodology of study of television interview discourse, methods of research of communicative tactics; and the second part examines, in consecutive order in accordance with the set tasks, peculiarities of language of television interview in cognitive and pragmatic aspects.

The research can be of interest to philologists and journalists dealing with similar matters as well as to readers interested in this issue.

KEY WORDS

Television interview, theory of speaking acts, communicative tactics, frame, minimal dialogue unit, discourse

Содержание

Введение	9
Глава 1. Теоретические основы исследования жанра интервью в коммуникативном и когнитивном аспекте.....	5
1.1. Общая характеристика жанровой системы журналистики	5
1.2. Место интервью в общей системе жанров.....	8
1.3. Доминанты жанровых разновидностей интервью.....	10
1.4. Техника жанра интервью	14
2. Жанр «ток-шоу» как разновидность интервью в свете актуальных исследовательских парадигм.....	16
2.1. Ток-шоу: к истории возникновения жанра	16
2.2. Создатели ток-шоу.....	16
2.3. Жанровая специфика и основные разновидности ток-шоу	17
2.4. Дискурс как параметрическая система исследования ток-шоу	19
2.5. Стратегические и тактические приемы организации дискурса интервью/ток-шоу	21
2.5.1. Определение понятия дискурсивной стратегии	21
2.5.2. «Дискурсивная стратегия», «тактика», «ход» — сопоставление и уточнение понятий... ..	25
2.5.3. Кооперация и конфликт как возможные пути развития интеракции в ходе интервью... ..	27
2.5.4. Интерактивный подход к пониманию дискурсивных стратегий и тактик	32
2.5.5. Конверсационные тактики как способы реализации дискурсивных стратегий в интервью	36
2.5.5.1. Тактика смены темы (ввода новой темы).....	36
2.5.5.2. Тактика развития темы.....	39
2.5.5.3. Тактика переформулировки	40
2.5.5.4. Тактика «вызов».....	40
2.5.5.5. Тактика уклонения от ответа.....	42
2.5.6. Диктальная стратегия как базовая в жанре ток-шоу.....	45
3. Жанр телевизионного интервью в аспекте когнитивной лингвистики	48
3.1. Структура когнитивных представлений о языковых знаниях.....	48
3.2. Минимальная диалогическая единица в когнитивной структуре диалога.....	49

3.3. Фреймовая структура интервью с собеседником-личностью.....	50
3.4. Фреймовая структура интервью с собеседником-профессионалом	51
3.5. Фреймовая структура интервью с собеседником-участником события	53
Глава 2. Жанр телевизионного интервью в прагматическом и когнитивном аспекте	54
2.1. Реализация дискурсивных стратегий, тактик, ходов в жанре интервью.....	54
2.2. Интерактивный подход к пониманию дискурсивных стратегий и тактик в жанре телевизионного интервью	57
2.2.1. Реализация разговорных тактик как способов реализации дискурсивных стратегий в телевизионном интервью.....	57
2.2.1.1. Реализация тактики смены темы (ввода новой темы) в жанре телевизионного.....	57
2.2.1.2. Реализация тактики развития темы в жанре телевизионного интервью.....	64
2.2.1.3. Реализация тактики переформулировки в жанре телевизионного интервью.....	69
2.2.1.4. Реализация тактики «вызов» в жанре телевизионного интервью	72
2.2.1.5. Реализация тактики уклонения от ответа в жанре телевизионного интервью.....	76
2.3. Реализация диктальной стратегии в жанре телевизионного интервью	78
2.3.1. Использование метаорганизаторов при реализации диктальной стратегии	78
2.4. Реализация фреймовой структуры в жанре телевизионного интервью.....	82
Выводы.....	85
Заключение	86
Список использованной литературы.....	88
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Текстовая расшифровка (скрипт) телепрограммы «Без цензуры» на латвийском телеканале TV5 от 23 января 2009 года.....	114

Введение

Телевизионное интервью представляет собой распространенный и динамичный речевой жанр. Это особая форма личного участия людей в деятельности средств массовой информации, здесь получают нетривиальное проявление коммуникативные, интерактивные и когнитивные аспекты межличностного взаимодействия.

Актуальность темы и проблематики исследования обусловлена еще и широким распространением жанра телевизионного интервью именно в последнее время, а также его сравнительно небольшой изученностью в коммуникативном и когнитивном аспектах. Любое взаимодействие вырабатывает определенные взаимоотношения между коммуникантами, характер которых может проявляться как на вербальном, так и на невербальном уровне (уровне поступков) или на обоих уровнях сразу. Иными словами, в центре внимания исследователей оказывается сам процесс речевого взаимодействия партнеров коммуникации в определенной ситуации общения, а именно их коммуникативное поведение.

Наиболее полную реализацию коммуникативное поведение получает в диалоге, инвариантным признаком которого является признак взаимодействия. Диалог признается исходной формой коммуникации, что объясняется особенностями человеческого мышления [Лосев 1982; Бахтин 1986, 1994; Хайдеггер 1993; Бубер 1995], он лежит в основе человеческого взаимопонимания [Библер 1975]. В понятии «диалогическое взаимодействие» акцентируются: коммуникативный (интерсубъективный) аспект — момент совместной деятельности партнеров по общению [Демьянков 1982; Грайс 1985; Ыйм 1985 и др.]; деятельностный аспект [Леонтьев 1974, 1979; Иссерс 2003; Brown, Levinson 1987 и др.]; структурный аспект [Баранов, Крейдлин 1992; Sacks, Schegloff and Jefferson 1974; Sacks 1987, 1992 и др.]; когнитивный аспект — взаимодействие структур знаний коммуникантов [Кубрякова 1991; Демьянков 1994 и др.]; социокультурный аспект, отражающий взаимодействие двух концептуальных систем, сформированных в процессе социокультурного развития личностей, которые обладают набором конкретных характеристик, ролей, отношений в системе социума [Белл 1980; Карасик 2002, 2004; Формановская 2004 и др.].

Любое взаимодействие характеризуется наличием определенной цели и определенного мотива, результативностью, нормативностью. В соответствии с этими факторами коммуниканты, регулируя поведение друг друга, осуществляют совместную деятельность. Иными словами, коммуникативное взаимодействие носит стратегический характер (Goffman 1971). Таким образом, наиболее адекватное отражение диалогическое взаимодействие получает в таком феномене, как дискурсивная стратегия.

Изучению стратегий речевого взаимодействия посвящено большое количество работ. Разработка понятий стратегия и тактика речевого общения прежде всего связана с трудами основоположников теории речевых актов [Остин 1986; Серль 1986]. Рассмотрение высказывания как орудия речевого действия и воздействия с определенной целью является основополагающим моментом теории речевых актов. В прагмалингвистической теории разрабатывается когнитивное понимание коммуникативной стратегии, которое проявляется в ее характеристике как серии когнитивных операций [Дейк, Кинч 1988; Залевская 1988; Плотникова 1997 и др.]. Многочисленные работы посвящены изучению коммуникативных стратегий в рамках теории речевого воздействия [Блакар 1987; Николаева 1990; Петренко 1990; Речевое воздействие 1990; Плотникова 1999; Хобракова 2003]. На основе теории аргументации [Ивин 1997; Eemeren, Grootendorst 1996] выделяются аргументативные и псевдоаргументативные (манипулятивные) стратегии и тактики [Сентенберг, Карасик 1993; Панкратов 2000; Полетаева 2001]. Описываются коммуникативные техники, нацеленные на подчинение партнера (*compliance-gaining studies*) — речевые стратегии подчинения (см.: [Иссерс 2003]). Отдельные исследования посвящены стратегиям самопрезентации [Мытарева 1995; Jucker 1986 и др.].

Особое внимание лингвистов привлекают диалоговые типы дискурса, которые обнаруживают как на текстуальном, так и на паратекстуальном уровнях целый ряд тактик разговора (конверсационных тактик) [Демьянков 1982; Дейк 1989; Борисова 1996, Крук 2002 и др.]. Нельзя, однако, утверждать, что к настоящему времени мы обладаем исчерпывающей информацией о специфике этого типа коммуникативных тактик. Однако следует иметь в виду, что в основе диалогического общения лежат механизмы взаимодействия, что предполагает наличие активной позиции обоих коммуникантов в управлении ходом интеракции с целью достижения своей основной цели.

Наблюдение за реализацией общих дискурсивных стратегий посредством конверсационных тактик ведется в рамках коммуникативного события диалогического характера, каким является жанр телевизионного интервью.

Объектом данного исследования выступает жанр телевизионного интервью как одного из видов организации диалогического дискурса.

Предметом исследования служит коммуникативно-прагматический и лингвокогнитивный аспекты телевизионного интервью.

Цель исследования — выявить особенности жанра телевизионного интервью в коммуникативно-прагматическом и лингвокогнитивном аспектах.

Задачи данного исследования:

1. охарактеризовать жанровое многообразие современной журналистики, определить место телевизионного интервью в общей системе жанров;
2. на основании знакомства со специальной литературой представить специфику реализации прагматических стратегий и тактик в жанре телевизионного интервью;
3. рассмотреть диктальную стратегию как основополагающую в жанре интервью с учетом особой роли ведущего;
4. на базе основополагающих теоретических положений когнитивной лингвистики произвести исследование жанра телевизионного интервью в свете теории фреймов;
5. обобщить и проанализировать результаты исследования.

Материалом для исследования жанра телевизионного интервью в прагматическом и когнитивном аспектах послужил скрипт телевизионной передачи «Без цензуры», вышедшей в эфире латвийского канала TV5 23 января 2009 года в 18.30.

Методами исследования послужили: метод коммуникативного анализа, фреймовый анализ.

Исследования интервью последних лет приобрели ряд новых методологических ориентиров. Одним из них является рассмотрение интервью в более широком аспекте речевого поведения. Отсюда изучение его как факта междисциплинарного подхода, факта, требующего не только собственно лингвистической, но психолингвистической и социолингвистической интерпретации. Ориентация на антропоцентрический принцип в лингвистике, естественно, диктовала сокращение той дистанции, которая существовала между изучением языковой системы и носителями языка, «пользователями» этой системы. Эта установка потребовала обращения к междисциплинарным связям — и более того — утверждения и развития таких наук, в которых два разных объекта (и с онтологической позиции, и методологической) формируют принципиально новый предмет исследования.

Интервью изучается в контексте разговорной речи в целом, специфика и категории которой стали достижением как европейского и американского языкознания (Н. Sacks, E. Schegloff, G. Jefferson, J. Heritage), российской лингвистики за последние 30 лет (Т. Г. Винокур, Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, О. Б. Сиротина и др.), так и латвийской коммуникативной лингвистики в последние годы (С. Крук). Телевизионное интервью, имея своим прообразом разговорный диалог, наследует от него определенные приметы разговорной речи, правда, в преобразованном виде: сохраняя лишь частичную спонтанность, ситуативность, но, как правило, весьма приглушенную непринужденность (поскольку публичный диалог носит официальный характер). В основе интеракции в ходе интервью лежат механиз-

мы подобные тем, что используются людьми в повседневном разговоре, что позволяет рассматривать интервью как определенную трансформацию параметров базовой модели коммуникации — разговорного диалога.

Новые перспективы в исследовании интервью открываются при рассмотрении его в качестве речевого жанра. Отсюда возникает и возможность описания интервью как коммуникативного события.

Структура работы представлена **Введением**, где получает характеристику понятийный аппарат исследования; **первой** главы «Теоретические основы исследования жанра интервью в коммуникативном и когнитивном аспекте», где изложены теоретические предпосылки исследования жанра телевизионного интервью с точки зрения прагматического и когнитивного аспектов; **второй** главы «Жанр телевизионного интервью в когнитивном и прагматическом аспекте», в которой последовательно, согласно теоретическим установкам работы, проводится анализ выбранного материала; **Выводов**, в которых подводятся итоги исследования, **Заключения**, где подводятся общий итог работы и намечаются ее перспективы; **Списка** использованной литературы (224 единицы).

Глава 1. Теоретические основы исследования жанра интервью в коммуникативном и когнитивном аспекте

1.1. Общая характеристика жанровой системы журналистики

В общем виде жанр в журналистике трактуется как «исторически сложившийся тип, вид журналистского произведения» [Кенжегулова, 2009, 1.- Интернет-источник, доступен на: 07.10.2009]. Вместе с тем традиционное понимание жанра как «...тип произведения в единстве специфических свойств его формы и содержания» [Советский энциклопедический словарь, 1983, 431], совмещенное с представлением об относительно упорядоченном, т. е. системном существовании различных жанров в пределах журналистики как науки, позволяет рассматривать систему жанров журналистики целостно или же дифференцированно, фокусируя внимание на закономерностях какого-то конкретного жанра. Выбор жанра, обусловленный в первую очередь целеустановкой автора, помогает более плодотворно работать над материалом, отбором фактов, трактовкой явлений. Жанры журналистики различаются по целям воздействия на аудиторию, широте освещения реальности, выразительно-изобразительным средствам, глубине анализа и широте обобщений.

Общая традиционная система журналистики представлена информационными, аналитическими, художественно-публицистическими жанрами, а в основе всех журналистских произведений находится факт, или совершившееся событие. Именно факт выступает главным дифференциатором журналистских и литературных жанров. Все жанры журналистики отличаются от литературных достоверностью фактов, их адресностью.

Информационные жанры. Их главная цель — сообщить, информировать о событии. Объединяет жанры новизна и актуальность сообщаемого факта, оперативная его подача.

Сегодня, когда в единицу времени человек получает огромное количество разнообразной информации, эта жанровая группа выходит на первый план. Традиционно к ней относят: заметку, информационное сообщение, репортаж, хронику, интервью, новость, круглый стол, отчет, афишу событий и др.

Основными признаками этой группы жанров выступают: событийность, документальная насыщенность, оперативность. Факт, который служит главным целевым объектом представления, информирования, становится литературным продуктом.

Объективация основных признаков текстотипов этой жанровой группы может быть ограничена следующим перечнем: а) в заметке журналист достаточно подробно излагает факт и наиболее важные его составляющие (место действия, действующие лица); б) в репортаже автор эмоционально, объективно воспринимает определенные факты, рассказывая о них аудитории как очевидец; в) отчету (как и заметке) свойственна лаконичность,

скудость выразительных средств; г) для интервью, репортажа характерно использование практически всех художественно-выразительных средств, которыми пользуется публицистика.

Заметка — это простейшая форма оперативного газетного сообщения. В основе ее лежит злободневный, общественно значимый факт. Для заметки характерны новизна и краткость. Важно увидеть за частным фактом явление, оценить его, прокомментировать. Наиболее краткая форма заметки — хроника, или новость. *Отчет* — это информационное сообщение о мероприятии, на котором присутствует определенная аудитория (конференции и собрания, спортивные соревнования и выставки и т. д.). По характеру подхода к освещаемому материалу отчет может быть общим или тематическим, а по цели и особенностям изложения — информационным (речи, события, факты передаются последовательно) или аналитическим (внимание концентрируется на конкретном аспекте, дается оценка, комментарий случившегося) [Вьюник, Тишунин 1999, 5] *Репортаж* можно рассматривать с двух позиций. Во-первых, как сбор, подачу информационных материалов для печати, радио или телевидения. Во-вторых, как оперативный, яркий рассказ о событии, ситуации, явлении. Основные требования репортажа — эффект присутствия, достоверности, сопереживания, поскольку автор такого материала всегда или очевидец или активный участник события.

К группе информационных жанров относится и интервью, которое в общем виде может быть определено как «представляющие общественный интерес ответы конкретного лица (группы лиц) на вопросы журналиста» [Кенжегулова, 2009. Указ. е-источник].

Аналитические жанры. Их цель — не только сообщить о том или ином факте, заинтересовать адресата произошедшим событием, но и вскрыть причины явлений. Именно поэтому основу содержания составляет осмысление проблемы, рассуждение, цепь аргументов. Журналист-аналитик не ограничивается простой констатацией фактов. Он стремится анализировать их и сопоставлять с другими, он оценивает явление, предлагает свое видение решения проблемы. Поэтому фактический материал аналитических жанров шире, чем информационных. Имея дело с суммой однотипных фактов за определенное время, журналист стремится обобщить их, чтобы выявить все аспекты проблемы.

Важнейшим аналитическим жанром является *статья*. Она позволяет журналисту обстоятельно, глубоко исследовать и трактовать проблемы и явления действительности, осмысливать их и теоретически обобщать. Выделяют научно-популярные статьи (освещает достижения науки и техники) и проблемные (требуют всестороннего, глубокого изучения вопроса). Не менее важен жанр *корреспонденции*. В этом случае на конкретном материале достаточно небольшого масштаба разрабатывается актуальная тема, решается определен-

ная проблема. Корреспонденция может быть информационной (например, сообщения зарубежных корреспондентов), аналитической (вскрывает причины описываемого явления) и установочными (журналист не просто анализирует факты, но и ставит новые проблемы, выдвигает новые злободневные вопросы для обсуждения). *Рецензия* — аналитический жанр, через который журналист критикует, оценивает какое-либо произведение, театральные постановки, кинофильмы, телевизионные передачи, концерты, выставки и т. д.

Некоторые разновидности интервью (напр., проблемные, портретные интервью) при-
мыкают к этой жанровой группе.

Художественно-публицистические жанры. Основная цель данной жанровой группы — вместе с сообщением передать авторские впечатления от факта, его оценку, авторские мысли. Главное отличие этих жанров заключается в подаче фактов. Конкретный, документальный факт отходит на второй план. Основные жанры — очерк и зарисовка, отражающие положительные явления, к этой группе относятся также сатирические жанры: фельетон и памфлет. В *зарисовке* органически переплетаются признаки информационных и художественно-публицистических жанров, оперативный газетный жанр и разновидность очерка — *этиюд*. *Зарисовка* повествует о не самом значимом событии, но изображает его зримо, наглядно, ярко. В ней изображается в очерковой форме какое-то одно явление, событие. *Зарисовка* может быть сюжетной или бессюжетной, может рассказывать о конфликте или быть бесконфликтной. *Очерк* позволяет журналисту ярко, оперативно и доступно для читателя откликнуться на событие, явление. Дает возможность раскрыть образ интересного человека, дать портрет коллектива, рассказать о быте, нравах. По тематике различают несколько видов очерка: 1. портретный очерк — рассказ о человеке, его жизни, взглядах; 2. проблемный очерк, где автор прежде всего анализирует важную проблему в ее проявлениях через действия людей. Поэтому человек остается на втором плане. 3. научно-популярный очерк рассказывает о научной проблеме глубоко и доказательно, но доступно и популярно. В то же время в очерке могут сочетаться черты различных жанров, например, репортажа, отчета, зарисовки, корреспонденции. Это говорит о жанровой свободе очерка, его подвижности. Жанровые особенности очерка позволяют автору менять тональность повествования, ритмику изложения при условии композиционного, сюжетного и стилистического единства материала.

Фельетон представляет собой некий синтез трех начал: публицистического (описываемый факт не только злободневен, актуален, но и оперативен), сатирического (оценка факта предполагает сатирический анализ) и художественного (создается сатирический образ). *Фельетон* как жанр периодической печати требует максимальной насыщенности

фактами, но как литературная форма не может обойтись без фантазии художника. На стыке этих жанровых требований и рождается сатирический образ.

В отличие от фельетона, который носит характер насмешки, *памфлет* — обличительное произведение. Главные черты этого жанра: сарказм, патетика, высокая экспрессивность, а также злободневность, оперативность документальность и крупномасштабный объект обличения.

Исследователи отмечают снижение популярности этих жанровых форм в современных СМИ (см. напр., [Чернышова 2009]).

Из всего вышесказанного можно сделать следующий **вывод**: жанровая система журналистики весьма разнообразна. Она представлена различными группами жанров. Вместе с тем отметим, что в современной журналистике деление жанров на три представленные в настоящем параграфе группы является достаточно условным. Это объясняется тем, что жанры очень подвижны. Так, например, интервью относят к информационным жанрам, однако же, существует проблемное и портретное интервью, которые выходят за рамки информационности и граничат уже с аналитическими жанрами. Проблема жанровой специфики интервью будет рассмотрена в нижеследующих частях теоретической главы.

1.2. Место интервью в общей системе жанров

Интервью (от англ. *interview* — буквально встреча, беседа) — жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с политическим, общественным или иным деятелем по актуальным вопросам [Советский энциклопедический словарь, 1983]. Нужно отметить, что интервью — это не только жанр, но и метод получения сведений, используемых в разнообразных текстах СМИ.

Интервью разнообразно в своих видах. Среди разновидностей укажем: интервью-сообщение, интервью-диалог, интервью-зарисовку, интервью-мнение, массовые интервью и нек. др.

Интервью — жанр разнообразный и непростой. Он предполагает следование определенной тактике и стратегии. Как составляющая сложной системы коммуникативных действий журналиста оно занимает одну из самых высоких позиций по частоте использования и технике исполнения. Сложностью интервью обусловлена его неоднозначная квалификация в общей системе жанровых групп.

Традиционно интервью причисляют к разряду информационных жанров, но некоторые разновидности интервью граничат с аналитическими жанрами.

Жанр интервью является результатом «закрепленности» в журналистском тексте формы получения автором этого текста определенных сведений о действительности с помо-

щью метода интервью. Как известно, сам по себе этот метод не относится к теоретическим методам. Очевидно, по этой причине и жанр интервью относят к информационным жанрам, базирующимся именно на информации, полученной в результате применения эмпирических методов исследования. При этом как бы остается в тени тот факт, что интервью, как и другие эмпирические методы, применяется для получения исходных сведений, необходимых для подготовки не только информационных выступлений, но и аналитических.

Интервью позволяет потребителю информации получать информацию как бы «из первых рук», несмотря на наличие в нем определенной доли субъективизма, которым больше всего отличается газетное интервью. Субъективизм заключается, на наш взгляд, в следующем: оформляя полученную информацию в виде интервью и перенося на бумагу точно то, что сказал собеседник, журналист в определенной степени пропускает эту информацию через себя. И то, что выходит потом на страницах газет в вопросно-ответной форме, не есть разговор, проходивший между интервьюером и интервьюируемым в чистом виде. Это та же беседа журналиста с интервьюируемым, но в уже в «переводе», в интерпретации интервьюера. Однако эта черта присуща в большей степени газетному интервью, когда потребитель информации читает то, что слышал журналист, в меньшей степени это относится к радио и телевизионному интервью, где тот же потребитель информации сам получает возможность воспринимать и оценивать информацию. В последнем случае потребитель информации слышит и видит то же, что и журналист, то есть получает информацию не в «переводе» интервьюера, а от того, кто является источником этой информации, ее носителем. И в этом случае человек, напрямую не задействованный в процессе интервью, становится в определенной степени его соучастником, (поскольку он все слышит и видит, а следовательно,) он пропускает информацию через свое сознание. В этом случае потребитель информации осмысливает и «переводит» услышанное и увиденное в соответствии со своим мировоззрением, мироощущением, миропониманием.

Жанровая информационно-аналитическая амбивалентность интервью позволяет ему удерживать лидирующие позиции на шкале актуальности жанровых форм.

Несмотря на кажущуюся легкость, интервью — один из самых сложных жанров, требующих следовать определенной тактике и стратегии. Легким интервью представляется, с нашей точки зрения, чаще всего потому, что обычно кажется, что нет ничего проще, чем задавать вопросы и записывать ответы на них. Однако практика показывает, сколь сложен этот жанр, как трудно иногда, но очень важно разговаривать собеседника, повести интервью в нужное русло, а не просто записать речь интервьюируемого. Однако, чтобы понять всю сложность жанра интервью, необходимо рассмотреть интервью как жанр журналистики,

выделить его разновидности, характерные; необходимо обозначить основные методики и приемы ведения интервью.

1.3. Доминанты жанровых разновидностей интервью

Информационное интервью. Считается, что выделение данного жанра «интервью» произошло тогда, когда в ряде публикаций был применен метод интервью, который фиксировал реальный процесс интервьюирования или же специально строился в вопросно-ответной форме. И сегодня в том случае, когда автор ставит своей задачей лишь сообщение аудитории сведений, полученных от интервьюируемого лица, никак не пытаясь их комментировать, можно говорить, что он создает информационный материал. Однако в полной мере интервью получится информационным, если и в ответах его собеседника акцент будет сделан на вопросах: *что? где? когда?* Информационное интервью ставит перед собой цель лишь проинформировать читателя о предмете авторского интереса, но не анализировать этот предмет.

Аналитическое интервью. Информация, полученная методом интервью, может быть трансформирована и представлена, например, на газетной полосе в виде корреспонденции, отчета, реплики, статьи. Это значит, что использование данного метода при сборе информации еще не порождает автоматически жанр интервью. Лишь в случае яркой проявленности в тексте «хода» применения этого метода он может определять форму такой публикации как диалогическую, вопросно-ответную. По этому доминирующему признаку текст может быть назван жанром интервью. Однако то, к какой группе жанров можно причислить конкретное интервью — информационным или аналитическим, зависит уже от содержания текста, изложенного в форме интервью. Если информационное интервью несет в себе лишь сообщение о факте, отвечая на вопросы: *кто? что? где? когда?*, то аналитическое интервью, кроме того, содержит и анализ факта, отвечая при этом на вопросы: *почему? каким образом? что это значит?* и т. д. Роль автора аналитического интервью заключается, прежде всего в том, что своими вопросами он задает прежде всего направление анализа, который обычно осуществляет сам интервьюируемый. С этой целью вопросы формулируются таким образом, что они требуют освещения узловых моментов какого-либо события, явления, процесса, ситуации.

Процесс развития любого жанра журналистики напрямую связан с техническим прогрессом, то есть с появлением и распространением прежде всего радио и телевидения. В этом смысле интервью не отличается от других жанровых форм.

С появлением в 1895 году нового средства связи — радио, зарождается и новый тип журналистики — радиожурналистика. Привычные газетные жанры трансформируются,

приобретают новые черты и становятся жанрами радиожурналистики. Одним из важнейших жанров является **радио интервью**. Оно, как и многие другие жанры, пришло на радио из газеты. Но в новых условиях быстро адаптировалось, обрело черты и свойства, характерные для жанров звучащей журналистики. Хотя радио и газетное интервью имеют множество сходных черт, между ними существует немалая разница. Она проявляется, например, в том, что в газете журналист сам излагает ответы на заданные вопросы. Даже стенографическая запись ответов после расшифровки специально обрабатывается для печати. На радио в идеальном случае интервью создается в тот самый момент, когда его получает слушатель. Но и записанные на пленку интервью сохраняют черты подлинного документа, сохраняют голос, стиль речи, интонации говорящего. Содержание интервью в газете отвечает на вопрос, *что сказал интервьюируемый?*, а радиоинтервью — на вопрос, *что? и как он сказал?*. Журналист-газетчик обрабатывает и готовит материал интервью после того, как состоится его разговор с интервьюируемым; радиожурналист, напротив, тщательно готовится к самому процессу, акту взятия интервью, то есть значительная часть его усилий связана с подготовкой к интервью. Ответы на вопросы, поставленные радиожурналистом, одновременно с журналистом получают и слушатели, и таким образом, они как бы становятся участниками разговора с компетентным лицом, располагающим важной интересной информацией. Радиожурналист в этом случае выступает как представитель слушательской аудитории. Газетчик может по своему усмотрению изменить порядок вопросов в материале, который он готовит для печати, опустить одни вопросы и ответы, более подробно, обстоятельно изложить другие. Радиожурналист в случае, если интервью сразу передается в эфир, лишен такой возможности. Описательный текст, так широко применяемый в газетных интервью, используется редко, как правило, в начале интервью или в заключительной его части, то есть за рамкой, за скобками основного материала. Возможен, конечно, монтаж сделанной записи интервью; при этом допускается перестановка вопросов, деление интервью на части, которые перемежаются комментариями журналиста, автора материала. Но тогда правильнее говорить, не о радиоинтервью, а о рассказе корреспондента из студии с использованием предварительно записанных фрагментов интервью.

Как самостоятельная передача интервью обладает композиционной и сюжетной завершенностью. Оно включает в себя группу взаимосвязанных и взаимообусловленных вопросов в пределах определенной темы и соответственно содержит группу ответов, освещающих тему с большей или меньшей полнотой. Интервью, как элемент сложной передачи (информационного выпуска, радиожурнала) или как элемент другого жанра (репортажа, очерка) не претендует на композиционную или сюжетную законченность, самостоя-

тельность. Вне целого, вне передачи такое интервью не имеет никакой ценности (см. об этом в: [Жанры радиожурналистики: интервью // www.vlazrum.ru. Доступен на: 12. 03. 2010]). Таким образом, интервью представляет собой передачу, которая создается в момент записи на пленку или непосредственно в процессе вещания. Однако это не значит, что оно создается стихийно, импровизационно. «Сиюминутность», как отличительная особенность радиоинтервью, делает тщательную подготовку его не только совершенно обязательным, но и трудоемким, сложным производственно-техническим процессом, требующим от журналиста большого мастерства, опыта и ряда специальных навыков.

Интерес слушателей к определенной теме, проблеме диктует журналисту необходимость обратиться к специалисту, который со знанием дела может осветить ее. При выборе компетентного лица журналист учитывает, насколько известен, авторитетен, популярен этот человек. Немаловажным обстоятельством, которое влияет на подбор собеседника, является способность интервьюируемого рассказывать, его умение свободно, непринужденно держаться у микрофона. Другими критериями руководствуется интервьюер, когда он поставлен перед необходимостью интервьюировать конкретное лицо: именно этого политика, именно общественного деятеля и т. д. Он тщательно обдумывает содержание и последовательность вопросов, готовит интервьюируемого. Последующая работа над интервью и в том, и в другом случае проходит аналогично. Журналист планирует вопросы и их чередование таким образом, чтобы в пределах отведенного времени сложилась композиционно целостная передача.

Телевизионное интервью обогатило жанр 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, следственно, широкое распространение жанра интервью в телепрограммах. Интервью как жанр занимает особое место на телеэкране. Фактически нет ни одного выпуска новостей, где бы журналисты не задавали вопросов компетентным людям, не обращались к участникам различных событий, не интересовались мнением окружающих о важных событиях. Интервью — неперемный элемент многих сложных телевизионных форм. Реже оно используется для создания самостоятельной передачи. В зависимости от задачи, поставленной журналистом, различают интервью-мнение (высказывание по какому-либо поводу) и интервью-факт (сообщение о чем-либо известном данному лицу). Используют жанр интервью лишь тогда, когда интервьюируемый может сказать больше, чем журналист, или когда он своим выступлением поддерживает какую-либо общественную кампанию, если данный вопрос находится в центре вни-

мания множества людей и необходимо выяснить их взгляды. Идеальное интервью на экране должно выглядеть как непринужденный разговор двух собеседников, один из которых информирован по данной теме больше другого. Исключение составляют ситуации официального характера. Но просто поговорить эти люди могли бы не в студии, без камер и осветительной аппаратуры. В этом заключается некоторая двойственность телевизионного диалога. В связи с этим существует типология интервью:

1. Протокольное интервью. Проводится с целью получения официальных разъяснений по вопросам внутренней и внешней политики государства. В качестве интервьюируемого выступает, соответственно, официальное лицо высокого ранга.

2. Информационное интервью. Цель — получение определенных сведений. Данный тип интервью входит в состав информационно-публицистических программ.

3. Интервью-портрет — особая разновидность телеинтервью, цель которого — по возможности наибольшее раскрытие личности собеседника. В данном случае преимущество имеют социально-психологические эмоциональные характеристики интервьюируемого, выявление его системы ценностей. Такой вид интервью очень часто выступает как составная часть экранного очерка.

4. Дискуссия ставит задачу выявить различные точки зрения или пути решения социально значимых вопросов.

5. Интервью-анкета используется для выяснения мнений по определенному вопросу у различных собеседников. Чаще всего это серия интервью, в которых разным участникам задается один и тот же вопрос. Оно проводится, как правило, вне студии. Собеседниками журналиста в этом случае могут быть люди разных возрастов, профессий. Например, школьник, военнослужащий, иностранный турист и т. д. Наиболее простым выглядит протокольное интервью, так как журналист задает вопросы, нередко заранее согласованные и никак не связанные композиционно. Официальное лицо дает официальные ответы. Переспрашивать и что-либо уточнять не принято. Наиболее распространенный вид телевизионного диалога — информационное интервью. Чаще всего такие интервью выполняют одновременно две задачи: получение социально значимой информации и выявление некоторых особенностей личности, являющейся носителем этой информации. Эта форма интервью существенно отличается от интервью-анкеты, где всем участникам диалога предлагается ответить на одинаковые вопросы. В информационном интервью каждый вопрос индивидуализирован, так как рассчитан на того человека, с которым в данном случае беседует интервьюер. Портретное телевизионное интервью может выступать главной составляющей фильма-очерка. Такой портрет многомерен. Герой может предстать перед зрителем в своих отношениях с другими людьми, в противостоянии вечным проблемам

бытия и т. д. Важнейшими здесь являются неподдельные эмоции героев, именно невербальная информация, которая заставляет сопереживать участникам передачи. Наиболее наглядные примеры — «Момент истины» Андрея Караулова, циклы передач Урмаса Отта, «Герой дня», «Час пик» и т. д. Проблемное интервью — едва ли не самый сложный вид из всех рассмотренных нами выше видов интервью. Интервьюер должен заранее продумать основные тезисы беседы, свои вопросы и суждения, а также — возможные контраргументы собеседников, их реакцию на свои вопросы и свою — на их ответы. Портретное и проблемное интервью несколько выходят за рамки информационности и примыкают к группе аналитических жанров.

Обобщим. Между основными разновидностями интервью есть как сходства, так и различия. Одно из очевидных различий заключается в том, что радио и телевизионное интервью весьма наглядны, чего нельзя сказать о газетном интервью. Для потребителя информации качество наглядности телевизионного и радиоинтервью — явление важное, поскольку в этом случае он сам может судить, что, как и почему происходит. Для журналиста в этом же качестве заключается сложность — как обеспечить потребителя яркой, наглядной, интересной, важной информацией, чтобы он не переключил телевизор на другой канал, а радио — на другую волну.

Газетное интервью представляет немалый интерес для потребителя, несмотря на возможную субъективность подачи материала. Именно в газетном интервью журналист вправе опустить вопросы и ответы, которые он считает менее важными для достижения намеченной цели, и более полно и ярко осветить другие. Он может поменять порядок вопросов, если это необходимо. В этом случае интервью, вышедшее на страницах газеты, не будет являться точной (то вовсе не точная) копией разговора, проходившего между интервьюером и интервьюируемым. В то же время мы не можем упустить из виду тот факт, что именно газетное интервью является прототипом всех иных жанровых разновидностей интервью, на котором разрабатывались и оттачивались все основные методы подготовки и ведения интервью, или техника жанра.

1.4. Техника жанра интервью

Самый первый этап любого интервью — это этап подготовки к нему. Позицию интервьюера можно выразить примерно следующей формулой: *я знаю, что ты знаешь, чего не знаю я*. Интервьюер не имеет права начинать разговор без предварительной подготовки к нему. Конечно, он вправе не знать каких-то тонкостей, но предварительное выяснение общих обстоятельств — вежливость журналиста по отношению к интервьюируемому. Однако тут существует определенная степень риска впасть в притворство, то есть знать

все настолько хорошо, что интервью будет носить условный характер. Но с другой стороны, глубокое знание предмета позволяет журналисту вести более содержательный разговор, направлять его в нужное русло, находить детали, известные лишь самому собеседнику.

Важную роль в процессе интервью играют вопросы. В журналистике выработаны правила задавания вопросов. *Здесь важно помнить следующее:*

1. вопросы должны быть ясными. Если собеседник не понял вопроса, то виноват журналист, а не собеседник. Чтобы вопрос был ясен собеседнику, его должен понимать, прежде всего, сам интервьюер;
2. следует избегать (или не следует допускать) односложных ответов. Вопросы, предполагающие односложные ответы, могут быть использованы в редких случаях в радио и телепередачах, но только тогда, когда это позволяет ведущему избежать подробного представления гостя, или если журналист хочет, чтобы собеседник вынес решающее суждение, подытожил мысль;
3. задавая вопросы, необходимо помнить о корректности и уважении к собеседнику. Этическое чувство должно подсказывать журналисту не прозвучит ли его вопрос слишком щекотливо. Необходимость предвидеть реакцию интервьюируемого есть проявление профессионального уважения к партнеру;
4. вопрос должен быть интересен.

Практика поставила перед журналистами, работающими в жанре интервью, несколько творческих вопросов. Следует ли знакомить интервьюируемого с вопросами заранее? Может быть, лучше назвать только тему будущего разговора, а вопросы задавать по ходу передачи? Мировой опыт в области интервьюирования показывает, что успех интервью зависит от многих условий. От того, насколько ясно и глубоко представляет свою задачу журналист, когда берет интервью; насколько четки и конкретны требования редакции; от того, насколько хорошо подготовлены участники разговора. Корреспондент имеет право задавать вопросы с целью получить такую информацию, которая носит специальный, личный, персональный характер, которая нова, малоизвестна, которую читателю, слушателю, зрителю будет логично узнать именно от этого человека. В процессе радио и телеинтервью важно помнить, что именно интервьюируемый скажет то самое интересное и важное, ради чего происходит передача. Поэтому журналист должен внимательно следить за ходом интервью, чтобы в процессе корректировать свои планы. Например, не задавать «планового» вопроса, если собеседник по существу уже на него ответил. Кроме того, увлекшись разговором, интервьюируемый может далеко отойти от темы. И интервьюер

должен быть очень внимателен, чтобы в нужный момент тактично направить говорящего в русло заданной темы.

2. Жанр «ток-шоу» как разновидность интервью в свете актуальных исследовательских парадигм

2.1. Ток-шоу: к истории возникновения жанра

Ток-шоу — разговорный жанр, который представляет собой современный аналог теледискуссии.

Жанр ток-шоу возник на американском телевидении в 60-х гг. XX века, его создателем был журналист Фил Донахью. Существует легенда: интервьюируя во время прямого эфира гостя своей программы, Фил Донахью в какой-то момент понял, что вопросы у него закончились. Тогда он подбежал к одному из зрителей, сидевших в студии, и спросил: «У вас есть вопрос к нашему гостю?». У зрителя вопрос оказался, и таким образом Донахью изобрел жанр ток-шоу [Могилевская 2006, 23-28].

Чтобы привлечь аудиторию, а также звезд политики и шоу-бизнеса, Донахью решился на принципиальное новшество. Он сосредоточил внимание в своём ток-шоу не на известных личностях, а на скандальных проблемах, которые открыто обсуждал в эфире. Дебют *The Phil Donahue Show* состоялся в Дейтоне (штат Огайо).

В конце 80-х годов, благодаря Филу Донахью, жанр ток-шоу был настолько популярен, что практически на всех телеканалах США — от крупных, общенационального значения, до мелких провинциальных — появились свои ток-шоу. В ситуации негласного соревнования ток-шоу все меньше и меньше уделяли внимание социальным и политическим вопросам и все больше приобретали скандальный характер.

Российские телезрители познакомились с ток-шоу Донахью в 1986 году. Его имя связано с телемостами, соединившими в прямом эфире людей из Америки и СССР. Эти передачи остаются уникальными в советском и постсоветской тележурналистике.

Российский тележурналист Владимир Познер — человек, который считается создателем ток-шоу в России, — говорит, что «ток-шоу — одна из самых демократичных форм, которая позволяет обыкновенным людям принимать непосредственное участие в телепередаче. Её не заменит даже интерактивное телевидение» [Могилевская 2006, 23-28].

2.2 Создатели ток-шоу

Впервые программа Фила Донахью появилась на телевизионном канале WHIO-TV, там, в 1963-1967 годах он работал утренним ведущим в прямом эфире с участием приглашенных в студию гостей. Это была провинциальная телестанция, бюджет выделили ма-

ленький и заполучить себе гостей из числа звезд Донахью было нелегко. Чтобы привлечь аудиторию, а вместе с ней и тех самых звезд политики и шоу-бизнеса, Донахью решился на принципиальное новшество. Он сосредоточил внимание в своём ток-шоу не на известных личностях, а на скандальных проблемах, которые открыто обсуждал в эфире. Дебют The Phil Donahue Show состоялся в Дейтоне (штат Огайо).

Российский тележурналист Владимир Познер — человек, который считается создателем ток-шоу в России, говорит, что «ток-шоу — одна из самых демократичных форм, которая позволяет обыкновенным людям принимать непосредственное участие в телепередаче. Её не заменит даже интерактивное телевидение».

В первый год своего появления на латвийских экранах передачи в жанре ток-шоу транслировались исключительно в вечернее время. Дневной эфир латвийских телевизионных каналов оказался не заполненным ток-шоу. Историю ток-шоу на латвийском телевидении можно условно разделить на два этапа. Первый — с конца 1980-х по 1991 год, когда жанр ещё имел национальную самобытность, являлся трибуной для обсуждения актуальных вопросов современности. Второй — с 1991-1993 годов по сегодняшний день. Это период экспансии зарубежных жанров на латвийский экран. Ток-шоу стали существовать как «кальки» западных телепрограмм, копируя не только их основные признаки (легкость разговора, артистизм ведущего, обязательное присутствие аудитории), но и развлекательность как элемент коммерческого успеха.

2.3. Жанровая специфика и основные разновидности ток-шоу

Жанр ток-шоу (англ. talk-show) является одним из наиболее распространенных на телевидении жанров, как бы ни анонсировалась соответствующая передача. Так, например, принадлежит жанру ток-шоу «телевизионная пресс-конференция», поскольку ведущий сам задает большинство вопросов, приготовив заранее сценарий или сценарный план. При такой организации передачи практически исключается возможность в ней политической игры, непредсказуемость вопроса и выявление неожиданной информации для компетентного человека, происходит лишь актуализация уже существующей в пространстве аудитории информации. Жанр ток-шоу скорее развлекательный, чем информационный, вместе с тем элементы ток-шоу могут иметь даже информационные программы и почти всегда они являются частью информационно-аналитических передач, что является характерной особенностью современного телевидения. Классическое ток-шоу представляет собой треугольник: ведущий — приглашённые собеседники (эксперты) — зритель в студии. Ток-шоу соединяет приемы журналистики и сценические приемы. И каждый из участников

ток-шоу, какова бы ни была его служебная функция внутри программы, одновременно является персонажем заданной ему авторами ток-шоу ролью.

Жанр базируется на достаточно простой и беспроблемной схеме — герои, зрители, ведущий, вопросы и ответы. Но многие специалисты этого жанра считают, например, что залог успеха ток-шоу — юмор. Герой должен уметь смеяться над собой. Так в результате анализа популярной в США развлекательной программы «Шоу Опри», исследователи пришли к мнению, что «это именно журналистика, мастерски подготовленное общение с популярным человеком, сопровождаемое показом на большом экране фотографий и другого материала» [Могилевская 2006, 23-28].

Задача жанра ток-шоу — активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения.

Нередко термином «ток-шоу» обозначают любую «разговорную» передачу, например беседу за круглым столом или же простое интервью в студии, если его ведёт достаточно популярный, свободно ведущий себя журналист-«звезда» экрана или радио эфира.

Однако ток-шоу отличается необычайной тематической и функциональной широтой, сегодня жанр имеет разветвленную парадигму разновидностей. Ток-шоу сочетает в себе сущностные признаки интервью, дискуссии, игры, а также концентрируется вокруг личности ведущего. Это максимально персонифицированная экранная форма. Взаимодействию формы и её создателя в первую очередь способствует необходимые личностные качества ведущего: ум, находчивость, обаяние, юмор, умение заинтересованно слушать, нередко даже умение пластично двигаться и пр.. Существенны также и внешние обстоятельства: определенное место и строго соблюдаемая цикличность, то есть регулярная повторяемость в программе, рассчитанная на возбуждение в сознании массового зрителя состояния «нетерпеливого ожидания встречи».

Драматургия ток-шоу тесно связана с вопросно-ответной основой этого жанра. Именно форма, качество, вид и логика последовательности вопросов определяют интригу и динамику развития сюжетной линии программы. Основные вопросы задает ведущий, а отвечают на них разные категории участников (герои, эксперты и т. д.). В зависимости от той задачи, которую ставит ведущий на разных этапах программы, он использует различные типы вопросов.

Непременными «компонентами» ток-шоу, кроме ведущего, выступают гости («герои») — люди, чем-то прославившиеся или просто интересные своими поступками, мыслями, образом жизни. В классическом варианте ток-шоу обязательно присутствие в студии нескольких десятков зрителей, возможно и наличие компетентных экспертов. Вместе

с тем зрители не всегда вовлекаются в разговор, иногда их участие ограничивается аплодисментами, смехом, возгласами удивления — это создает особую атмосферу публичности, дает «эмоциональную подсказку» телезрителя.

Современные ток-шоу имеют новый формат и самый разнообразный спектр направлений. Это и советы для домохозяек, и народные рецепты, и поиск близких и знакомых, обсуждение вопросов политики, культуры [Зверева 2005, 12-15.].

Как правило, в ток-шоу на передний план выходят темы повседневности. Производители телевизионной продукции рассуждают о перспективности этого направления, об «усталости зрителей от политики» и их желании видеть на экране передачи, отражающие трудности и радости обычной жизни. Под «жизнью» понимается сфера житейских отношений, все то, что связано с устройством семьи, с детьми, родственниками, друзьями, бытовыми вопросами. Реже выпуски программ затрагивают социально значимые проблемы — ксенофобии, преступности, экологии, демографии. Часто они ориентированы на конкретную аудиторию, напр., женскую, мужскую и т. д.

2.4. Дискурс как параметрическая система исследования ток-шоу

П. Серио выделяет восемь значений термина «дискурс»:

- эквивалент понятия «речь» (по Ф. Соссюру), т. е. любое конкретное высказывание;
- единица, по размерам превосходящая фразу;
- воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации высказывания;
- беседа как основной тип высказывания;
- речь с позиций говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такой позиции (по Э. Бенвенисту);
- употребление единиц языка, их речевая актуализация;
- социально или идеологически ограниченный тип высказываний;
- теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста [Формановская 2007, с. 23].

В. Г. Костомаров и Н. Д. Бурвикова противопоставляют дискурсию (процесс развертывания текста в сознании получателя информации) и дискурс (результат восприятия текста, когда воспринимаемый смысл совпадает с замыслом отправителя текста) [Костомаров, Бурвикова 1999, 10]. Такое понимание соответствует логико-философской традиции, согласно которой противопоставляются дискурсивное и интуитивное знания, т.е. знания,

полученные в результате рассуждения и в результате озарения [Костомаров, Бурвикова 2001, 68].

Суммируя различные понимания дискурса, М.Л. Макаров показывает основные координаты, с помощью которых определяется дискурс: а) функциональная интерпретация; б) ситуативная интерпретация; в) формальная интерпретация [Макаров 2005, 82].

Подобное понимание дискурса характеризует образования выше уровня предложения.

Функциональная интерпретация в самом широком понимании — это понимание дискурса как использования (употребления) языка, т. е. речи во всех ее разновидностях.

Ситуативное (точнее — культурно-ситуативное) понимание дискурса раскрывается в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» и содержится в работах Н.Д. Арутюновой, для которой дискурс — это речь, «погруженная в жизнь». Дискурс — это «связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей, в механизмах их сознания (когнитивных процессах). В отличие от термина «текст», термин «дискурс» не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [Арутюнова 1990, 136].

Дискурс как комплекс ограничений рассматривается как нормативная система, «этикет» [Формановская, 2002]: внутренние правила дискурса обобщаются на основании материала семантического уровня с привлечением экстралингвистических данных социальной истории в категории тезауруса; внешние правила дискурса определяются деятельностными экстралингвистическими характеристиками [Арутюнова 1990, 45].

С позиций лингвистики речи дискурс — это процесс живого вербализуемого общения, характеризующийся множеством отклонений от канонической письменной речи, отсюда внимание к степени спонтанности, завершенности, тематической связности, понятности разговора для других людей. При этом существенную роль играют понятия *адресата* и *адресанта*, поскольку наравне с «речевой волей» адресанта «существенным (конститутивным) признаком» высказывания является его *обращенность* к кому-либо, его *адресованность*: кому адресовано высказывание, как говорящий (или пишущий) ощущает и представляет себе своих адресатов, какова сила их влияния на высказывание — от этого зависит композиция и, главное, стиль высказывания, — с этой социолингвистической позиции дискурс может быть описан либо как персональный (лично-ориентированный), либо как институциональный (общественно-ориентированный) [Грайс 1978; Остин 1986; Searle 1983].

Говорящий в персональном дискурсе раскрывает свою *личность*, в институциональном дискурсе — *статус и роль* в определенном общественном институте. В институциональном дискурсе говорит не «я», а «институциональный голос», отстраненный от носителя голоса и связанный с должностью или ролью.

Резюмируя отметим:

1. трактовки понятия дискурс задают определенную систему параметров для исследования ток — шоу в актуальном коммуникативном аспекте;

2. в настоящем исследовании будет принято в том числе и понимание *дискурса*, предложенное Д.С. Лихачевым: как определенной «системы ограничений, которые накладываются на неограниченное число высказываний в силу определенной социальной или идеологической позиции». Данная трактовка корреспондирует с концепцией Л. Витгенштейна. Понимание дискурса как системы правил в определенной коммуникативной ситуации отсылает к анализу идеологии — одновременно к лексикону, содержащему мотивы, установки, цели и интенциональности действий и к проблеме «нормированности» дискурса в виде категории «литературный этикет».

Этикет (в терминологии Д.С. Лихачева — идеологические ограничения) также представляет собой систему. Идеологические ограничения касаются, в частности, выбора тем и подтем дискурса, которые влияют на его ход и развитие.

2.5 Стратегические и тактические приемы организации дискурса интервью/ток-шоу

2.5.1. Определение понятия дискурсивной стратегии

Представление о том, разговор является не хаотичным, а упорядоченным явлением, отразилось в многочисленных исследованиях речевого общения, в частности диалогической речи [Баранов, Крейдлин 1992; Тарасова 1992; Sacks 1974, 1992 и др.]. Определение принципов этой упорядоченности, механизмов диалогического взаимодействия — задача далеко не решенная в современном языкознании, хотя область эта интенсивно изучается. Уместно предположить, что некоторые объяснения этих процессов могут быть получены через описание стратегических направлений и тактических приемов, реализуемых по ходу диалога. Как отмечает Е. В. Вохрышева, наиболее адекватное отражение диалогическое взаимодействие получает в таком феномене, как коммуникативная (дискурсивная) стратегия [Вохрышева 2001, 52]. (В данной работе понятия «дискурсивная стратегия» и «коммуникативная стратегия» используются как синонимичные).

Стратегия речевого поведения охватывает всю сферу построения процесса коммуникации и является важной характеристикой поведения языковой личности.

Научный анализ используемых говорящим стратегий был впервые осуществлен Э. Гоффманом, назвавшем любое взаимодействие людей в процессе общения стратегическим. В качестве отправного пункта для стратегического взаимодействия провозглашается непосредственное присутствие людей рядом друг с другом. Единицей стратегического взаимодействия, по Гоффману, является встреча. Во время встречи люди осуществляют управление совместным пребыванием друг с другом, для чего используются определенные стратегии общения [Goffman 1971, 19].

Задача изучения дискурсивных стратегий в качестве нового раздела науки провозглашается в исследовании Дж. Гамперца. Понятие *стратегия* трактуется им как правило, регулирующее социальное и языковое действие. Ввиду того, что дискурсивные стратегии выбираются непосредственно во время взаимодействия участников, социальная действительность представляется как результат человеческих действий. Основное свойство стратегий, по Гамперцу, состоит в том, что она зависит от выбора говорящего, т.е. стратегия предполагает, что есть и другая альтернатива. Выбирая стратегию общения, человек выбирает один из нескольких возможных в данный момент способов порождения дискурса [Gumperz 1982].

В российской лингвистике понятие стратегемы, а впоследствии — стратегии и тактики общения, — в ее отношении к тексту и дискурсу, было впервые предложено В. З. Демьянковым. В. З. Демьянков определяет *стратегии* как прагматические правила ведения и интерпретации разговора, которые могут входить как в осознанный стратегический план, так и действовать на уровне подсознания. Стратегический план приводится участником в исполнение с помощью нескольких тактик, чаще всего — одной основной и нескольких вспомогательных [Демьянков 1979].

Существуют также другие подходы к определению понятия коммуникативная стратегия. Так, М. Л. Макаров рассматривает стратегии общения как «цепочку решений говорящего, его выбор определенных коммуникативных действий и языковых средств» либо «реализацию набора целей в структуре общения» [Макаров 1998, 137].

Стратегии общения в самом широком плане определяются, по мнению А. А. Романова, как «тип или линия поведения одного из коммуникантов в конкретной ситуации общения, которые соотносятся с планом достижения преимущественно глобальных (а иногда и локальных) коммуникативных целей в рамках всего сценария функционально-семантической репрезентации интерактивного типа» [Романов 1988, 31].

Отдельному изучению коммуникативных стратегий и тактик русской речи посвящено монографическое исследование О. С. Иссерс. В самом общем плане автор определяет стратегию как комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникатив-

ной цели, включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. Отмечается также, что стратегии как разновидность человеческой деятельности имеют глубинную связь с мотивами, управляющими речевым поведением личности, и явную, наблюдаемую связь с потребностями и желаниями [Иссерс 2003].

К числу наиболее существенных мотивов человеческого поведения автор относит желание быть эффективным (т. е. реализовать интенцию) и необходимость приспособиться к ситуации. Эти мотивы являются первичными, но не единственными в общении. К числу вторичных целей общения, по мнению Дж. Дилларда и его соавторов [Иссерс 2003, 58-59], относятся цели, связанные с самовыражением (*identity goals*), с эффективным взаимодействием коммуникантов (*interaction goals*), цели, отражающие стремление говорящего сохранить и преумножить значимые для него ценности (*resource goals*) и т. д. Первичные цели общения лежат в основе коммуникативного процесса, вторичные определяют выбор речевого материала и тип речевого поведения. Важным для нашего исследования является замечание о том, что коммуникативные стратегии говорящего и слушающего могут совпадать и различаться.

Рассуждения Дж. Дилларда и его коллег частично перекликается с идеями, высказанными Дж. Серлем в его работе «Интенциональность». В частности, первичные мотивы по Дж. Дилларду соотносятся с интенциональными состояниями Дж. Серля [Searle 1983].

Особое место в теории мотивов деятельности занимают гедонистические концепции: всякая деятельность подчиняется максимизации положительных и минимизации отрицательных для личности результатов.

Мотивация речевой стратегии, выбор одного из путей достижения цели зависит от установок личности. Это находит выражение в оценке ситуации. По ходу диалога говорящий оценивает меняющуюся ситуацию и корректирует свои речевые действия.

В качестве конститuentов речевых стратегий необходимо рассматривать *как цели и установки говорящего, так и цели и установки слушающего*. Известное в психологии положение о том, что каждый слышит именно то, что хочет услышать [Атватер 1984; Беркли-Ален 1997], подтверждает необходимость учета этого аспекта в построении моделей речевых стратегий. Среди основных свойств коммуникативной стратегии О. С. Иссерс называет *прогнозирование и контроль*. Речевые стратегии реализуются не в изоляции от внешнего мира, а в рамках более сложных ситуаций и социальных контекстов. Прагматический аспект речевого планирования тесно связан с коммуникативной ситуацией в целом: участники речевого общения могут исполнять определенные функции и роли; могут существовать различия в обстановке и местонахождении; наконец, могут иметь место особые правила и

стратегии, контролирующие взаимодействие в такой ситуации. Иными словами, возможные действия, а, следовательно, возможные цели и высказывания ограничены параметрами ситуации. Таким образом, чтобы оценить эффективность речевой стратегии, коммуниканты должны связать ее прагматическую функцию с общими интерактивными ограничениями, обусловленными социальной ситуацией, иными словами, с соответствующим речевым жанром [Иссерс 2003, 93-100].

Отсутствие информации о мотивах и целях слушающего, его установках и системе ценностей требуют включения в когнитивный план, по крайней мере, двух вариантов речевого поведения, отражающих полярные установки адресата — на сотрудничество/на конфликт, конфронтацию. Естественно, что это самое общее разграничение позиций адресата имеет в реальном общении массу вариаций, однако построение хотя бы двух гипотез относительно возможных интерпретаций предстоящего коммуникативного акта является непременным условием речевого прогнозирования.

Составляющим признаком коммуникативной стратегии является *гибкость*, в связи с чем стратегию можно представить в виде формулы $S(F)$, где S — стратегия, а F — гибкость — переменная, являющаяся обязательным условием успешности S . Гибкость определяется возможностями реализации речевых стратегий через различные тактики и ходы и позволяет избежать или, по крайней мере, смягчить конфликтные моменты в ходе интеракции, сохраняя социальную гармонию.

Проявления дисгармонии в интервью не редки. Реальная речевая действительность опровергает распространенное мнение о том, что факт отнесенности тех или иных дискурсов к сфере МК (каким является интервью) должен настраивать участников общения на максимально кооперативное и корректное обсуждение любых вопросов. Напротив, интервью, в которых журналист подвергает сомнению слова интервьюируемого, являются более интересными. В таких интервью журналист намеренно принимает на себя роль возможного оппонента интервьюируемого независимо от своей собственной точки зрения по обсуждаемому вопросу. Иными словами, интервью, особенно затрагивающие актуальную общественно-значимую проблематику, не лишены конфронтации и даже речевой агрессии. Однако крайне редко диалоги являются деструктивными от начала до конца. Явления дисгармонии охватывают лишь некоторые фрагменты интервью и редко ведут к прерыванию взаимодействия, что происходит благодаря гибкому управлению ходом интеракции со стороны обоих коммуникантов. Подобное управление определяется возможностями реализации коммуникативных стратегий через различные тактики и ходы, которые позволяют контролировать оптимальное решение системы задач «гибким и локально управляемым

способом» [Дейк 1989, 274]. В связи с этим кратко остановимся на понятиях коммуникативной тактики и хода, широко применяемых нами при анализе примеров.

2.5.2. «Дискурсивная стратегия», «тактика», «ход» — сопоставление и уточнение понятий

Конечной целью любой речевой стратегии является коррекция модели мира адресата. Рядом предложений, реакций и контрпредложений коммуниканты вводят в разговор свои собственные интерпретации (проблем, тем, событий, образов и т.д.), желая сделать их общими или, точнее, пытаются добиться признания своей интерпретации собеседником как приемлемой, и тем самым добиться реализации своего замысла (ср. определение понятия «аргументация» у Ф. Х. Еемерена). В большинстве случаев существует несколько способов достижения цели.

Творческая реализация плана общения (дискурсивной стратегии) допускает различные способы его осуществления. Они могут комбинироваться в зависимости от ситуации, либо один из них используется как ведущий (наиболее эффективный), а другие привлекаются по мере необходимости или вообще не привлекаются.

Итак, если коммуникативную стратегию понимать как совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего («глобального намерения», по ван Дейку), то *коммуникативной тактикой* следует считать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии. Стратегический *замысел* определяет выбор средств и приемов его реализации, следовательно, дискурсивная стратегия и тактика связаны как род и вид [Бйм 1985; Верещагин 1992]. Необходимо обратить внимание на динамический характер тактики, обеспечивающий гибкость стратегии, оперативное реагирование на ситуацию. Задача, которую интервьюер видит как цель коммуникативного события интервью, не решается с помощью одного обращения к партнеру. Участники диалога, преследуя свои цели на протяжении всего коммуникативного события, как правило, не пользуются готовыми схемами, а конструируют свои обращения по ходу интервью в зависимости от ситуации. Дискурсивная стратегия объясняет эту внутреннюю связность длящихся диалогов. И. Н. Борисова определяет тактику общения как динамическое использование коммуникантами речевых умений для построения диалога в рамках той или иной стратегии [Борисова 1996].

Основным назначением интервью-«знакомства» является наиболее полное раскрытие личности собеседника, что определяет выбор журналистом дискурсивной стратегии, которая в наибольшей степени способствует достижению поставленной задачи, а именно, стратегии сближения. Тактика, используемая интервьюером в любом иницирующем вопросе —

тактика введения новой темы, направлена на раскрытие очередного аспекта личной жизни интервьюируемого. Иными словами, стратегии сближения журналиста противопоставляется стратегия дистанцирования интервьюируемого. Дальнейшее развитие интеракции демонстрирует оперативное реагирование журналиста на ситуацию возможного конфликта, которое выражается в применении тактики развития темы, представляющей собой попытку разрядить потенциально конфликтную обстановку путем введения альтернативного референта.

Достижение цели возможно, если говорящий в течение всего цикла общения контролирует интеллектуальные и эмоциональные процессы слушающего таким образом, чтобы те привели его, в конечном счете, к нужному решению (действию). Методы, которыми пользуется говорящий при «обработке» партнера, представляют либо непосредственные стимулы действий, либо выступают в качестве условий. Эти методы и приемы, которые по отдельности или в комплексе ведут к решению основной задачи, являются конститuentами речевых тактик — обозначим их как *коммуникативные ходы*. Иными словами, коммуникативные ходы выступают в качестве инструмента реализации той или иной тактики.

Понятие коммуникативного хода достаточно активно используется в прагматике. В частности ван Дейк определяет речевой ход как функциональную единицу последовательности действий, которая способствует решению локальной или глобальной задачи под контролем стратегии [Дейк 1989, 274]. Оптимальная стратегия требует, чтобы каждый ход вносил максимальный вклад в реализацию стратегической задачи. Хотя участник речевого взаимодействия не может прогнозировать все этапы диалога (чаще всего в связи с отсутствием полной информации), общая стратегия определяет, какого типа ход он может сделать в критических пунктах. Кроме того, выбор коммуникативного хода происходит с учетом текстовых и контекстных последствий предыдущих ходов. Поскольку предварительная информация о коммуникативном акте может быть неполной или неверной, какие-то ходы могут оказаться менее удачными, и тогда придется прибегнуть к помощи других ходов, чтобы скорректировать нежелательные последствия или выводы.

Таким образом, функциональная роль каждого речевого хода в рамках общей стратегии, как утверждает ван Дейк, определяется относительно предыдущего и предполагаемого ходов. И эта роль «локально контролирует детали прагматической, семантической, синтаксической и стилистической репрезентации» [Дейк 1989, 275]. Акцент делается на реляционном характере ходов (или «шагов»), что является важным при анализе интервью. Реляционный характер ходов способствует локальной когерентности дискурса. Так, семантический ход «поправка» может быть определен только с учетом того, что говорилось ранее.

Итак, коммуникативный ход следует рассматривать как прием, выступающий в качестве инструмента реализации той или иной речевой тактики. Главное отличие коммуникативного хода от, казалось бы, сходного понятия речевого акта заключается в интерпретации намерений говорящего: для коммуникативного хода это возможно только в рамках общей дискурсивной стратегии и тактики. Более того, гибкое использование коммуникативных ходов, при котором учитываются все аспекты коммуникативного события и ситуации в целом, позволяет своевременно скорректировать направление развития интеракции в ходе интервью в соответствии с приоритетной установкой коммуникантов, которой является установка на кооперацию/конфликт.

2.5.3. Кооперация и конфликт как возможные пути развития интеракции в ходе интервью

Понятие стратегии, заимствованное прагматикой из военного искусства, во главу угла ставит не *кооперацию*, а *победу* (которая понимается как результативное воздействие на слушателя, как трансформация его модели мира в желательном для говорящего направлении). Поэтому, кроме принципа Кооперации, можно говорить о принципе Некооперации, базирующемся на приоритете интересов говорящего над интересами слушающего (хотя стратегически важно «вычислить» интересы последнего и учитывать в речевых тактиках). Это заставляет считать исходной точкой в анализе речевых стратегий коммуникативную цель говорящего.

Одним из важных параметров в модели дискурсивной стратегии является установка на кооперацию либо отсутствие данной установки. Этот параметр может лечь в основу классификации стратегий на два типа: *кооперативных и некооперативных (конфронтационных)*.

Дж. Гамперц выделяет два основных типа дискурсивных стратегий, а именно оппозицию *мирных и агрессивных стратегий*. Подчеркивается, что эти стратегии определяют значительную часть повседневного общения. Таким образом, по Гамперцу, дискурсивные стратегии можно считать фундаментальным принципом человеческой самоорганизации, направленной как на конкуренцию, так и на сотрудничество. Благодаря этому из хаоса неорганизованных человеческих взаимоотношений происходит создание порядка [Gumperz 1982].

У. Лабов и Д. Феншел принимают во внимание желание говорящего либо смягчить свою речь, избегая наносить собеседнику оскорбление, либо, наоборот, нагнетать напряжение в общении. Таким образом, выделяются две базовые интерактивные стратегии — *умиротворения (mitigation) и раздражения (aggravation)* [Плотникова 2000, 56].

Такие общестратегические разграничения, как противопоставление *кооперативного и конфликтного взаимодействия*, упоминаются также в других работах отечественных лин-

гвистов [Сергеев 1987; Тарасова 1992; Плотникова 1998]. При данных видах взаимодействия основное внимание уделяется приоритету одного из двух принципов — сотрудничества или конфронтации.

Большинство авторов, изучающих механизмы речевого общения, исходят из посылки, что стандартным является случай, когда все участники коммуникации идут навстречу друг другу в соответствии с принципом Кооперации. Между тем реальные ситуации общения убеждают нас в том, что эти оптимистические установки являются, по крайней мере, преувеличением. Одной из отличительных черт коммуникативных правил является их постоянное нарушение. Люди не только заинтересованно выслушивают друг друга и стремятся к сотрудничеству, но и противостоят друг другу (во мнениях, оценках, взглядах). Известно, что не все виды общения одинаково кооперативны; так, задавая вопросы, не всегда предполагают полное и бескорыстное стремление партнеров по общению к релевантности высказываний, к ясности, полноте и т.п. По мнению некоторых лингвистов, общение, основанное на сотрудничестве, скорее представляет собой «идеальный образ поведенческого стереотипа, чем отражает реальное положение вещей» [Готлиб 1996, 31].

Р. Я. Шапиро также указывает на преобладание случаев, когда «все постулированные Г. П. Грайсом принципы оказываются несостоятельными и подчас обращаются в свою противоположность» [Шапиро 1989, 125]. Таким образом, в самом общем виде причиной коммуникативного конфликта является противоречие коммуникативных целей адресанта и адресата. Однако даже наличие общей цели не предполагает полного единомыслия.

Речевое общение является динамичным процессом. Для того чтобы знать, какой вклад в разговор будет уместным, коммуниканты на всех этапах ведения разговора должны быть одинаково хорошо осведомлены о целях друг друга, а это маловероятно [Демьянков 1995, 303]. К тому же восприятие ситуации каждым человеком отличается субъективностью, поэтому возможны случаи, при которых каждый из коммуникантов в своем понимании следует Принципу Кооперации.

Таким образом, большинство ученых сходятся во мнении о том, что случаи конфронтации в речевом диалогическом общении неизбежны, и именно они являются лингвистически и психологически интересными.

В современной лингвистической литературе *конфликт* определяется как тип общения, в основе которого лежат реальные или иллюзорные, объективные или субъективные и в различной степени осознаваемые противоречия в целях общающихся личностей при попытках их разрешения на фоне острых эмоциональных состояний. Источником коммуникативного конфликта, так или иначе, оказываются люди, действующие субъекты, потому что именно они запускают процесс коммуникации.

В литературе по конфликтологии конфликты оцениваются с противоположных позиций. С одной стороны, конфликт рассматривается как способ развития объекта, его самодвижения; в этом случае конфликтное состояние оказывается показателем жизнеспособности объекта и оценивается как необходимое и желательное, а основная цель его изучения состоит в поиске способов поведения в конфликтной ситуации. Эта традиция восходит к Аристотелю и поддерживается многими исследователями. Рассматривая роль социальных конфликтов, О. Н. Громова отмечает, что «для реального мира необходимо пересечение различных взглядов, конфликтов, изменений. Именно конфликт и изменения дают людям свободу, без них свобода невозможна» [Громова 1998, 27]. Согласно точке зрения Ю. Л. Макара, конфликт — это базисный феномен, который лежит в основе функционирования общества [Макар 1997].

С другой стороны, конфликт понимается как противоречие, которое возникает в результате несоответствующего неким закономерностям и правилам поведения или развития событий действия; следовательно, такой конфликт оценивается как недостаток, зло, отрицательное явление, а основная цель изучения конфликтного состояния состоит в его преодолении или предупреждении. Эта точка зрения преобладает и в научном, и в обыденном сознании [Горбаневский 2002].

В нашей работе конфликт рассматривается в самом широком его понимании как любое несоответствие ожиданиям собеседников, осознанное или подсознательное отклонение от сотрудничества. Конфликт в ходе интервью рассматривается нами не с деструктивной точки зрения, а как явление, способствующее более динамичному естественному взаимодействию партнеров по общению, являющееся следствием большей импровизации, предполагающей локальное управление интервью, что сближает его с персональным разговором, и требующее выбора линии стратегического поведения как интервьюера, так и интервьюируемого, направленного на урегулирование отношений.

Принимая во внимание тот факт, что интервью представляет собой особого рода коммуникативное событие, функционирующее в массово-информационном типе институционального дискурса, что предполагает существование определенных поведенческих норм, случаи проявления конфликта в интервью имеют ряд особенностей по сравнению с разговорным диалогом. Основное отличие институционального разговора (интервью) от бытового состоит в наличии меньшей доли открытого конфликта, сопровождающегося агрессивностью одного (или обоих) коммуникантов (хотя подобные случаи не исключаются полностью). Это объясняется тем, что подобное поведение зачастую ведет к полному прекращению диалогического взаимодействия, что в случае интервью вряд ли можно считать результативным. Однако, как уже отмечалось выше, случаи некооперативного диалогического

взаимодействия в современном интервью встречаются довольно часто, но они имеют более «сдержанный» характер. В большинстве примеров конфликтные моменты не получают явного (эксплицитного) развития благодаря профессиональному опыту журналиста, позволяющему распознать угрозу конфликта на стадии его зарождения и скорректировать направление развития интеракции с помощью коммуникативных ходов.

Кооперативное или конфликтное поведение участников интервью объясняется наличием установки на сближение или дистанцирование во взглядах и позициях по обсуждаемым темам, в связи с чем целесообразно говорить о двух основных дискурсивных стратегиях участников интервью: *стратегии сближения и стратегии дистанцирования*. Наблюдение за функционированием интервью позволяет говорить о довольно небольшом количестве примеров диалогического взаимодействия на основе полного совпадения стратегий интервьюера и интервьюируемого.

Важно отметить, что установка на конфликтное коммуникативное поведение, лежащая в основе стратегии дистанцирования, как и установка на кооперацию, определяющая выбор стратегии сближения, обнаруживается через категорию вежливости. Вежливость помогает поддерживать социальное равновесие и дружественные отношения [Leech 1983, 82], делает возможной коммуникацию при потенциальной напряженности между сторонами [Brown, Levinson 1987, 1].

В теории, разработанной Дж. Личем, Принцип Вежливости формулируется следующим образом: «Своди к минимуму при прочих разных условиях выражение невежливых мнений и суждений» [Leech 1983, 81]. Этот принцип состоит из шести постулатов: такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия, симпатии. Постулаты имеют две формулировки: для вежливых и невежливых иллокуций. Принцип Вежливости способствует их усилению или смягчению.

Альтернативная теория вежливости была разработана П. Браун и С. Левинсоном (1987), в основе которой лежит понятие рациональной модели Человека, который имеет «лицо», выражающее самоуважение личности. Само это понятие было заимствовано из работы Э. Гоффмана [Goffman 1967], но в трактовке этих ученых оно получило два аспекта: позитивное лицо и негативное лицо. С позитивным лицом связана потребность в получении одобрения от других людей, а с негативным — потребность сохранять личную свободу и автономность. Важным для рассматриваемой теории вежливости является понятие ликоующего акта (ЛИА). Как отмечает А.-Х. Юкер, понятие «позитивного лица» имеет особое значение для журналистского интервью. Для многих интервьюируемых поддержание и усиление своего позитивного лица с помощью интервью является средством политического или финансового выживания [Jucker 1986, 71].

Понятие «негативного лица», с другой стороны, играет в данном речевом жанре незначительную роль. Своим согласием на интервью интервьюируемый признает за журналистом право задавать различные вопросы, т. е. вторгаться в личную территорию интервьюируемого, нарушая его автономность. Интервьюируемый берет на себя обязательство отвечать на любые вопросы журналиста, даже если он на самом деле не хочет делать этого или, по крайней мере, создавать видимость ответа, что является проявлением конфликта на стратегическом уровне.

Исследуя журналистское интервью, А.-Х. Юкер утверждает, что ЛА возникают постоянно, когда вопрос журналиста направлен на выяснение точки зрения собеседника и его мнения о других лицах, т.к. подобные вопросы могут нанести вред «лицу» интервьюируемого.

Утверждение о том, что многие коммуникативные акты, рассматриваемые авторами в качестве иллюстрации рассмотренных теорий вежливости, являются идентичными (ср., например, «любой разумный агент стремится избежать ... ликоущемляющих актов» [Brown, Levinson 1987, 73] и «минимизируй выражение невежливых мнений и максимизируй выражение вежливых суждений» [Leech 1983, 81]), позволяют А.-Х. Юкеру, используя основные положения теорий, выделить 13 тактик, или ликоущемляющих актов, характерных для журналистского интервью. Данные стратегии включают предложение адресату: 1) сделать что-либо; 2) определить свое отношение к чему-либо; 3) подтвердить свое мнение о чем-либо при том, что в данной аудитории такой образ мыслей будет осужден; 4) признать расхождение между мнением, высказанным интервьюером, и его действиями; 5) между высказанным мнением и реальным положением дел; 6) признать тот факт, что основание для совершения действия предосудительно; 7) согласиться с тем, что само действие предосудительно; 8) подтвердить, что действие совершено при том, что оно оценивается отрицательно; 9) взять на себя ответственность за совершенное действие при том, что оно оценивается отрицательно; 10) оправдать совершенное действие; 11) предпринять действия, направленные на изменения некоторого положения вещей, явившегося результатом деятельности интервьюируемого; 12) согласиться с тем, что общественное лицо человека, связанного с интервьюируемым, осуждается общественностью; 13) согласиться с тем, что общественное лицо самого интервьюируемого запятнано [Jucker 1986, 67-78].

Подводя краткий итог вышесказанному, следует отметить, что наряду с существованием исходной установки/цели, с которой участники интервью вступают во взаимодействие и которая обуславливает выбор одной из основных дискурсивных стратегий, дальнейшее развитие хода интервью во многом зависит от способности коммуникантов учитывать возмож-

ные варианты интерпретации реплик собеседником в выборе локальных коммуникативных ходов.

В реальном интервью использование того или иного высказывания определяется не автоматически воздействием абстрактных правил, а решается в каждом конкретном случае автором реплики. Решающую роль здесь играет стратегия говорящего, которая определяет речевое и неречевое поведение участников общения на каждом конкретном этапе интеракции. Сложность речевого жанра интервью как диалогического дискурса состоит в том, что в нем участвуют два собеседника, и каждый раз в нем сталкиваются соответственно две стратегии, и более того — две программы дискурса, два «возможных альтернативных мира» [Степанов 1995, 44]. Иными словами, анализ дискурсивных стратегий и тактик их реализации в интервью необходимо осуществлять в рамках интерактивного подхода.

2.5.4. Интерактивный подход к пониманию дискурсивных стратегий и тактик

Наблюдающийся в последнее время повышенный интерес к проблематике общения определяется не только потребностями теоретического характера, но имеет и ярко выраженную практическую направленность [Гак 1970; Менг 1982; Михайлов 1986]. В основе этого интереса лежит цель — понять процессы, посредством которых человек выражает свою мысль и осуществляется взаимодействие.

Техника диалога — один из главных предметов изучения в коммуникативной лингвистике [Sacks, Schegloff and Jefferson 1974; Weiser 1975; Sacks 1992; Винокур 1993 и др.]. Это и понятно: несмотря на развитие новых коммуникативных технологий, наше ежедневное общение большей частью состоит из диалогического взаимодействия «лицом к лицу» — так называемых разговоров.

Стратегия возникает там, где коммуниканты вступают в контакт друг с другом, используя свои коммуникативные способности и компетенцию, конструируя значения таким образом, чтобы двигаться от одного осознанного состояния к другому. Каковы бы ни были замыслы и планы каждого из субъектов, результат их совместной деятельности определяется в процессе интеракции.

Как отмечает Е. В. Вохрышева, все разнообразие подходов к изучению коммуникативных стратегий можно объединить в два направления: когнитивное и интерактивное [Вохрышева 2001].

Когнитивный аспект подробно анализируется в работе [Дейк, Кинч 1988], где рассматриваются способы обработки сложной информации в памяти, когнитивные ходы в мышлении. Нас интересуют речевые (диалоговые, по классификации ван Дейка) стратегии — т. е.

специфические способы речевого поведения, осуществляемые под контролем «глобального намерения». Очевидно, что речевые стратегии также имеют когнитивные измерения (например, планирование и контроль), но механизмы, посредством которых осуществляются эти ментальные процедуры, большей частью не имеют индикаторов «на поверхности речи» и, следовательно, недоступны для лингвистического анализа. В этом смысле наблюдаемыми являются лингвистические и интерактивные характеристики, по которым можно определить, как и какими средствами могут быть достигнуты цели. Речевая стратегия определяет семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего.

Диалоговые типы дискурса (к числу которых с полным основанием можно отнести интервью) обнаруживают как на текстуальном, так и на паратекстуальном уровнях целый ряд тактик разговора (конверсационных тактик) [Демьянков 1982; Дейк, Кинч 1988]. Нельзя утверждать, что к настоящему времени мы обладаем исчерпывающей информацией о специфике этого типа коммуникативных тактик, хотя некоторые аспекты контроля в разговоре получили освещение в литературе.

В ходе исследования диалогов институционального или неформального характера выявляются особенности чередования ходов коммуникантов, уместность их шагов в структуре диалога, умения оперировать фазами начала, продолжения и окончания диалога. Стратегии диалога (в частности, стратегии выбора темы, смены темы, уклонения от темы) рассматриваются в работе [Дейк 1989]. О. С. Иссерс выделяет диалоговый (конверсационный) тип стратегий, уделяя особое внимание тактике контроля над инициативой [Иссерс 2003].

Подобные исследования обуславливают интерактивный подход к пониманию стратегии как определенного набора коммуникативных действий, последовательности шагов, совершаемых коммуникантами для достижения какой-либо цели и определяемых социальными нормами общения.

Таким образом, стратегии становятся частью интерактивной компетенции говорящих, т. е. их умения логически организовывать интеракцию с начала до конца. При этом умения включают способность коммуниканта строить стратегии на различных уровнях кооперативности в связи с тем, что основные стратегии поведения проистекают, по мнению Д. Ф. Тэннен, из двойственности человеческой потребности в общении, и осуществляются на противоречивости стремления к общности и независимости одновременно, на стремлении человека быть вовлеченным в общение с другими и попытках быть оставленным в покое [Tannen 1993].

В конфликтных ситуациях могут включаться некооперативные тактики с целью усиления неясности, непонимания. В таком случае они ориентированы не на взаимопонимание, а на индивидуальный максимальный выигрыш и негативный исход разговора. Однако здесь

могут также использоваться и тактики разрешения конфликта, которые наблюдаются в исследуемых нами интервью.

При выборе тактики определяется мера учета возможных форм поведения других лиц, действующих в том же самом контексте; степень использования конвенционально допустимых средств или нарушения социальных ожиданий. Адекватность избранной тактики гарантирует успешность коммуникативной линии поведения субъекта и достижение им поставленной задачи.

Коммуникативную стратегию диалогического взаимодействия Е. В. Вохрышева определяет как множество вариантов (тактик) речевых реализаций, возможных в конкретных коммуникативных обстоятельствах и отражающих весь спектр смысловых потенций, и процесс выбора конкретного варианта (тактики) в определенной коммуникативной ситуации [Вохрышева 2001, 61]. При интерактивном рассмотрении коммуникативной стратегии предполагается наличие знаний о возможных структурных развертываниях коммуникативных схем и определение на каждом этапе необходимого интерактивного хода, соответствующего намерениям и целям коммуникантов.

В связи с тем, что диалогическое взаимодействие в ходе интервью осуществляется в пределах неравенства информационных тезаурусов, диалогические тактики связаны также с распределением информации (семантической и прагматической) в процессе реализации стратегии и логической ее организации, ранжируя ее в соответствии с потребностями коммуникантов. В этом плане ожидания интервьюера по заполнению информационной лакуны могут быть удовлетворены интервьюируемым полностью, частично или не удовлетворены совсем, чем определяется степень сотрудничества.

Интерактивный аспект дискурсивной стратегии проявляется в том, что при выборе той или иной тактики, реализующей основную диалоговую стратегию, коммуникант должен предусматривать одновременно и реакцию собеседника на все возможные повороты изменения дискурса, его речевого поведения в последующем, т. е. не только учитывать все факторы, связанные с инициирующей репликой, но и антиципировать реакцию на реакцию. Тактика выбирается по признаку благоприятности дальнейшего развития диалога и событий для говорящего.

Каждый из участников речевого взаимодействия может иметь общую стратегию, а именно, стратегию сближения или дистанцирования, определяющую, какого типа ход он или она захочет сделать в критических пунктах. Участник интервью может обойти тот или иной постулат, нарушив, таким образом, принцип кооперации, с целью реализации выбранной им стратегии. Для этого подбираются соответственно общей стратегии более удачные коммуникативные тактики и ходы, чтобы скорректировать нежелательные последствия или

выводы. Иными словами, реализация основных дискурсивных стратегий сближения и дистанцирования в интервью происходит посредством конверсационных тактик и ходов, что сближает журналистское интервью с разговором.

Управление ходом интервью необходимо рассматривать со стратегической точки зрения. Обычно люди понимают друг друга, однако в ходе интеракции могут возникать проблемы, связанные с неточным пониманием (интерпретацией) слов и действий друг друга, участники диалогического общения могут забыть нужное слово, потерять мысль или упустить ход развития разговора; в то же время они ожидают, что их слова могут быть неправильно истолкованы. Иными словами, возникает необходимость в стратегическом управлении ходом интервью для обеспечения эффективного общения, под которым понимается способность достичь поставленной цели. Наиболее детально приемы целенаправленного воздействия на ход диалога описываются в популярных изданиях, посвященных искусству общения [Матвеева 1995; Бринкман, Кершер 1996; Беркли-Ален 1997 и др.]. Однако само содержание процессов контроля над ходом диалога (в том числе интервью) остается далеко не определенным. На наш взгляд, этот контроль состоит в регулировке тематики общения, в степени взаимопонимания. При этом следует иметь в виду, что процесс управления взаимодействием в ходе интервью осуществляется в рамках глобальной коммуникативной задачи обоих коммуникантов и определяется задачами на конкретном этапе общения. Использование конверсационных тактик и ходов обеспечивает наиболее эффективное решение данных задач.

Управление ходом интервью осуществляется с помощью конверсационных (диалоговых) тактик. Данные тактики используются с целью прояснения, интерпретации и управления конверсационным значением и коммуникативными ролями коммуникантов [Ragan 1983, 159]. Иными словами, в центре внимания находятся действия участников интервью, с помощью которых они достигают *интеракции*, или взаимодействия.

Подобное управление интервью происходит, по нашему мнению, как со стороны интервьюера, так и со стороны интервьюируемого, т. е. носит взаимный характер.

Данное положение определяет наш подход к выделению и изучению особенностей конверсационного типа тактик, а именно анализ характера связи между вопросами-репликами интервьюера и предшествующими им ответами интервьюируемого, обуславливающего выбор тактики. Именно такой подход, по нашему убеждению, помещает в центр взаимодействие, заключающееся в обоюдной ориентации линий поведения коммуникантов, и отводит интервьюируемому активную роль в стратегическом управлении ходом интервью. Отправным пунктом изучения особенностей функционирования конвер-

сационных тактик в ходе интервью является классификация, предложенная А.-Х. Юкером. Он выделяет следующие тактики:

1. Тактика смены темы (тактика ввода новой темы) (Topical shift);
2. Тактика развития темы (Topic extension);
3. Переформулировка (Reformulation);
4. Вызов (Challenge).

Согласно точке зрения А.-Х. Юкера, первые две тактики применяются в тех случаях, когда интервьюер расценивает ответы интервьюируемого как удовлетворительные, соответствующие вопросу, «поддерживающие», т.е. эти тактики сигнализируют о том, что интеракция развивается кооперативно. Тактика (3) используется интервьюером, по мнению исследователя, когда возникает необходимость представить мнение, высказанное интервьюируемым в ответе, более точным образом. В этих случаях журналист, так сказать, подытоживает ответ собеседника, уточняя высказанную им мысль в рамках поддерживающего контекста интерпретации. Что касается тактики (4), то интервьюер прибегает к ее использованию при неоднозначном ответе, неудовлетворяющем инициировавшему его вопросу (non-supporting answer), и отличается конфликтным характером, т.к. предполагает эксплицирование возможных импликаций, заложенных в ответе, в невыгодном для интервьюируемого свете [Jucker 1986].

Однако как показывает анализ практического материала, данная типология конверсационных тактик претерпевает существенные изменения, т.к. реальное общение в ходе интервью представляет собой сложное взаимодействие стратегических планов поведения обоих коммуникантов. В этой связи считаем необходимым пересмотреть реализацию вышперечисленных тактик в ходе интервью с целью раскрытия их потенциала в управлении интеракцией в русле кооперации или конфликта, т.е. как конкретные способы реализации основных дискурсивных стратегий участников интервью — стратегии сближения или дистанцирования.

2.5.5 Конверсационные тактики как способы реализации дискурсивных стратегий в интервью

2.5.5.1. Тактика смены темы (ввода новой темы)

Тактика смены темы является распространенной диалоговой тактикой. С ее помощью интервьюер вводит новый аспект общей темы, которая обсуждается в интервью. Ясно, что, используя данную тактику, журналист не вводит абсолютно новую тему, т.к. всегда существует имплицитная семантическая связь между всеми вопросами, подчиняющая их общей теме.

Тактика ввода темы определяется ван Дейком как диалогическая. Отмечается, что дискурсы и их темы не появляются из ниоткуда. Пользователи языка всегда активны как члены общества и как личности при глобальной и локальной интерпретации их окружения. Иными словами, они производят категоризацию тех ситуаций и взаимодействий, свидетелями или участниками которых они являются. Темы, выбираемые для интервью, отражают в семантическом и в прагматическом плане его функциональную роль как части коммуникативных и более общих социальных групп или отдельных личностей [Дейк 1989].

В выборе тематических репертуаров существует определенная степень свободы или необходимости, которая зависит от типа дискурса. Неформальный, личный, неинституциональный дискурс, например разговор, отличается от институционального свободой от ограничений, налагаемых на выбор темы: любой говорящий может ввести любую тему при соблюдении локальной связности разговора и правил смены темы. При анализе практического материала нами были обнаружены приемы управления ходом интервью, имеющие много общего с приемами, используемыми в разговоре.

В ходе интервью чрезвычайно насыщенная контекстуальная информация подвергается обработке с целью введения тем, уместных в той или иной ситуации, в том или ином типе интервью. Предполагается, что подобная обработка осуществляется с помощью контекстуальных макростратегий, выделенных ванн Дейком: 1) зависимость от общего контекста; 2) зависимость от текущей ситуации; 3) зависимость от коммуникативного взаимодействия; 4) тип дискурса; 5) свобода референции [Дейк 1989, 57-58].

Согласно точке зрения А.-Х. Юкера, тактика смены темы сигнализирует о кооперативном развитии интервью, т.к. используется тогда, когда ответ интервьюируемого полностью раскрывает иницирующий его вопрос, является «поддерживающим». В связи с этим журналист считает данный этап обсуждения проблемы исчерпанным и вводит новый аспект общей темы.

Широкое использование тактики смены темы в журналистском интервью, которая первоначально была применена к исследованию разговора, подтверждает предположение о значительном сближении данного институционального жанра с прототипической формой дискурса вообще — разговорным диалогом. Это в свою очередь свидетельствует о периферийном местонахождении этого типа интервью по отношению к другим разновидностям этого речевого жанра, иными словами, о наибольшей удаленности его от внутри-жанрового прототипа — *job interview*.

Тактика смены темы свидетельствует о кооперативном развитии хода интервью, т. к. она используется интервьюером в тех случаях, когда ответ на вопрос оказывается исчерпывающим. Подобное развитие интеракции свидетельствует о совпадении коммуникативных

целей, а, следовательно, и дискурсивных стратегий коммуникантов, направленных на сближение. Однако при анализе практического материала нами были выделены случаи использования данной тактики, которые отражают отход от взаимодействия в рамках сотрудничества в сторону развития конфликта.

Одним из примеров использования тактики некооперативного введения новой темы является ситуация, в которой интервьюер применяет данную тактику при отсутствии «поддерживающего» предыдущий вопрос ответа, т. е. при явном количественном и качественном несоответствии между ответом интервьюируемого и вопросом журналиста.

Следует, однако, отметить, что подобные случаи некооперативного использования тактики смены темы встречаются довольно редко, главным образом, в печатных интервью-портретах, и могут быть результатом некорректного монтажа (редактирования) текста интервью журналистом [Лукина 2003].

Тактика смены темы может быть вызвана некооперативным поведением интервьюируемого и реализоваться посредством коммуникативного хода вынуждения:

Изучение интервью как речевого жанра предполагает рассмотрение его как определенного стереотипа речевого поведения в ситуации общения, что отражается прежде всего в распределении коммуникативных ролей, предполагаемых жанрово организованной речью. Иными словами, интервьюер и интервьюируемый обладают рядом привилегий, которые определены жанровыми канонами и параметрами коммуникативного события интервью и, следовательно, «ожидаемы». Какое-либо отклонение от существующего речевого стереотипа рассматривается коммуникантами как нарушение сотрудничества, которое должно быть некоторым образом устранено.

Привилегия тематического управления интервью принадлежит интервьюеру. Иными словами, в соответствии со своей ролью журналист может сменить тему разговора, что отвечает жанровым нормам интервью и свидетельствует о кооперативном общении. В ходе анализа интервью, однако, нами обнаружены случаи нарушения стереотипа поведения, когда тактика введения новой темы используется не журналистом, а его собеседником.

Таким образом, изучение современного интервью позволило выявить особенности функционирования конверсационной тактики смены темы и составляющих ее коммуникативных ходов, которые наряду со стратегией сближения способствуют реализации стратегии дистанцирования, о чем свидетельствуют примеры некооперативного введения новой темы. Использование рассматриваемой тактики в рамках выделяемых нами дискурсивных стратегий обнаруживает существенное сходство с разговорным диалогом.

2.5.5.2. Тактика развития темы

Выделяя тактику развития темы, А.-Х. Юкер отмечает, что механизм ее действия совпадает с первым типом «редакции», выделяемым Дж. Херитидж [Heritage 1985]. Этот тип «редакции» получил название «подсказки, напоминания» (prompts), которые представляют собой «нейтральные выводы, сделанные на основе предшествующих утверждений и используемые как средство побуждения интервьюируемого к развитию высказанной им ранее мысли» [Jucker 1986, 128].

Тактика развития темы и коммуникативные ходы ее реализации являются наиболее часто встречаемыми в журналистском интервью. Основное отличие данной тактики от тактики введения новой темы заключается в наличии прямой семантической связи между последующим вопросом интервьюера и предшествующим ответом.

В большинстве случаев тактика развития темы характеризует кооперативное взаимодействие участников интервью, в ходе которого происходит всестороннее обсуждение значимых для данного типа интервью вопросов. Зачастую направление развития темы «подсказывается» самим интервьюируемым в предшествующем ответе.

Цитация, в общем, прямо связана с диалогическими (прагматическими) модальностями — согласия и несогласия (унисоном и диссонансом) и может быть вызвана такими параметрами воспроизводимой чужой речи, как истинность, обоснованность, уместность, адекватность, корректность и т. п. Использование тактики подхвата в институциональном речевом жанре интервью несколько отличается от случаев цитации, рассматриваемых Н. Д. Арутюновой в бытовом общении, где возврат реплики означает неприятие, отпор высказанной позиции собеседника — жизненной или коммуникативной [Арутюнова 1986].

Другим кооперативным ходом, направленным на развитие темы и способствующим прояснению позиции интервьюируемого по обсуждаемой проблеме, что, в свою очередь, способствует сближению с собеседником, является просьба интервьюера привести пример.

Тактика развития темы может свидетельствовать о недостаточной кооперации интервьюируемого при ответе на иницирующий вопрос, что свидетельствует о реализации стратегии дистанцирования.

Подводя краткий итог вышесказанному, следует отметить, что разговорная тактика развития темы является наиболее часто используемой в ходе интервью с целью реализации дискурсивной стратегии сближения, поскольку характеризуется направленностью на собеседника, на раскрытие его как личности. Случаи некооперативного использования данной тактики немногочисленны и в основном характерны для проблемного интервью, в ходе которого возрастает вероятность использования коммуникативного хода «подсказка» неблагоприятным для собеседника образом.

2.5.5.3. Тактика переформулировки

Выделяемая А.-Х. Юкером тактика переформулировки соотносится со вторым типом «редакций» по Дж. Херитидж, который он называет «кооперативной интерпретацией» (cooperative recycle) [Heritage 1985]. Данная тактика представляет собой довольно точное выведение общего смысла из слов интервьюируемого. Иными словами, интервьюер выводит общее содержание из предыдущего высказывания *приемлемым* для интервьюируемого образом, помогая ему, таким образом, выразить свою позицию более ясно.

Из определения тактики видно, что она способствует *кооперативному развитию интеракции* в ходе интервью, т.е. является реализацией стратегии сближения, что подтверждается проведенным нами анализом практического материала.

В большинстве случаев интервьюер прибегает к использованию тактики переформулировки тогда, когда необходимо некоторое прояснение предыдущего ответа собеседника с помощью хода, который предлагаем обозначить как уточнение импликации.

В заключении необходимо отметить следующий факт. Несмотря на первоначальное определение тактики переформулировки как имеющей кооперативный характер, что находит подтверждение в многочисленных примерах, данная тактика может стать причиной конфликта в результате ошибочной интерпретации реплики собеседника. Однако подобные случаи не получают развития и носят имплицитный характер.

2.5.5.4. Тактика «вызов»

Данная тактика выделяется А.-Х. Юкером по аналогии с третьим типом редакций Дж. Херитидж, который он определяет как «некооперативная формулировка» (non-cooperative formulation). Она заключается в выводе импликаций из слов интервьюируемого таким образом, чтобы спровоцировать его ответную реакцию, содержащую опровержение или указание на неверную интерпретацию своих слов, либо на признание существования несоответствия между высказанной мыслью и действительным положением дел. Данная тактика применяется с целью «определить границы позиции интервьюируемого» по обсуждаемому вопросу [Heritage 1985, 108]. Интервьюер в данном случае не помогает прояснить точку зрения собеседника, а испытывает интервьюируемого, вынуждает его занять более четкую позицию по затронутой в ходе интервью проблеме.

Из краткого определения рассматриваемой тактики видно, что использование ее в интервью характеризует интеракцию как конфликтную, иными словами, является тактикой реализации дискурсивной стратегии дистанцирования. Более того, выражение сомнения в словах собеседника сопровождается угрозой его «позитивному лицу». Иными словами, кон-

версационная тактика «вызов», свидетельствующая о некооперативном развитии интеракции, обнаруживает прагматическую общность с ликоущемляющими актами.

Распространенным ходом реализации тактики «вызов» является указание одного из собеседников на существование расхождения между мнением, высказанным другим и его действиями либо реальным положением дел. Данный ход является ликоущемляющим, угрожающим, таким образом, позитивному лицу интервьюируемого.

Принцип последовательности/обязательства выделяется в качестве одного из фундаментальных психологических принципов, лежащих в основе человеческого поведения. Мы стремимся соответствовать (в своих глазах и в глазах окружающих) тому, что мы уже сказали, сделали. Когда занята определенная позиция, люди становятся склонны вести себя последовательно и требуют того же от других.

Желание быть (и выглядеть) последовательным представляет собой «чрезвычайно мощное орудие социального влияния» [Чалдини 1999, 67]. Непоследовательность же, как правило, считается отрицательной чертой личности. Человека, чьи убеждения, слова и дела расходятся друг с другом, обычно признают пребывающим в замешательстве, двуличным или даже умственно больным. С другой стороны, последовательность ассоциируется с интеллектуальностью, силой, логикой, рациональностью, стабильностью и честностью.

Указание на расхождение в интерактивном плане осуществляется с помощью приема «ловушка» [Мытарева 1995, 55]. Она заключается в двух коммуникативных шагах журналиста, рассчитанных на прогнозируемые реакции собеседника.

Тактика «вызов» может быть направлена на выявление расхождений между точкой зрения интервьюируемого на проблему, имеющую общественную значимость, и мнением других людей, имеющих вес в данном социуме. Иными словами, в подобных случаях используется частный ход реализации тактики «вызов», который предлагается обозначить как сопоставление противоположных мнений авторитетных источников.

Другим широко применяемым средством смягчения конфликтности при реализации тактики «вызов», используемым интервьюером, является использование вопросно-отрицательной конструкции для оформлений негативного вывода.

Тактика «вызов» может также реализовываться посредством коммуникативного хода, который можно обозначить как переход на личность.

Большинство известных нам работ, посвященных исследованиям причин и целей использования ликоущемляющих актов, а также способов нарушения постулатов общения в диалогическом взаимодействии, в том числе и в интервью, написаны в рамках теории речевого воздействия. Исходной посылкой в этих работах является однонаправленность этого процесса: партнер по речевому общению выполняет пассивную функцию — он объект,

воспринимающий воздействие со стороны говорящего [Федорова 1991; Шилихина 1999 и др.]. В нашей работе, однако, мы придерживаемся иной точки зрения, сближающей речевое воздействие с речевым взаимодействием, что наблюдается в сфере так называемых координативных отношений, когда коммуникантов связывают отношения равноправного сотрудничества, а не отношения субординации. Такой тип речевого воздействия предполагает, что субъект речевого воздействия регулирует деятельность другого человека, в определенной мере свободного в выборе своих действий и поступающего в соответствии со своими потребностями [Речевое воздействие 1990, 3-4], что и наблюдается в ходе интервью. Иными словами, интервьюируемый является не пассивным объектом воздействия со стороны интервьюера, а активной, равноправной стороной, способной влиять на ход интеракции и даже «угрожать лицу» журналиста в ответ.

Одним из используемых интервьюируемым ходов, который представляет собой реализацию рассматриваемой нами тактики «вызов», является ход поправка. Данный ход состоит в указании интервьюируемым на неверное использование формулировок интервьюером, которые свидетельствуют о некооперативной интерпретации действий и слов собеседника.

Следующий конфликтный ход интервьюируемого можно обозначить как сомнение в правомерности вопроса. Данный ход представляет собой ликоущемляющий акт, т.к. ставит под сомнение компетентность журналиста в обсуждаемой проблеме, его осведомленность, достоверность источников информации.

Конверсационная тактика «вызов» и реализующие ее коммуникативные ходы характеризуют коммуникативное поведение участников как крайне конфликтное, направленное на дистанцирование. К использованию данной тактики прибегает как интервьюер, так и интервьюируемый, что свидетельствует об активной роли обоих коммуникантов в управлении ходом интеракции.

2.5.5.5. Тактика уклонения от ответа

Взаимодействие коммуникантов в речевом общении разнообразно. В определенных случаях состояние интенционального сотрудничества нарушается и наблюдается состояние интенционального конфликта, когда налицо стремление адресата помешать адресанту в реализации его интенций. Подобное развитие интеракции в ходе интервью наблюдается при несовпадении общих целей интервьюера и интервьюируемого, и, как следствие, следовании разным дискурсивным стратегиям. Отказ от сотрудничества может быть связан с внутренним психологическим состоянием, эмоциональным напряжением коммуниканта, который воспринимает запрос информации как нападение на его «социальное лицо». Данные обстоятельства детерминируют появление реагирующих высказываний, представ-

ляющих собой уклонение от ответа. Они заполняют информационную лакуну запроса, но характеризуются пониженной степенью кооперативности.

Тактика уклонения рассматривается ван Дейком как диалогическая, в действительности представленная набором ходов [Дейк 1989], варьирующихся от незначительных уклонений от темы разговора, не нарушающих общей логики диалогического взаимодействия, до полного отказа от ответа, не закрывающего информационную лакуну вопросов и характеризующегося отсутствием положительного результата в реализации интенции коммуниканта, задающего вопрос. Разнообразие таких реплик-реакций Е. В. Вохрышева объединяет под термином «тактики отказного реагирования» [Вохрышева 2001].

Тактика уклонения и ходы ее реализации исследуются главным образом на материале бытового разговора, где коммуниканты менее ограничены в средствах выражения ответных реакций по сравнению с таким институциональным речевым жанром, как интервью. Само предназначение интервью, отражающееся в его первоочередной функции — сбор информации, налагает на интервьюируемого определенные обязательства, а именно отвечать на вопросы интервьюера. Согласие на интервью одновременно является признанием за интервьюером права вторгаться в личную сферу собеседника, иными словами, собеседнику приходится осознанно жертвовать своим «негативным лицом».

Однако существуют случаи, когда интервьюируемый вынужден прибегать к использованию отказной тактики с целью нейтрализации негативных последствий ликоущемляющих вопросов интервьюера либо в связи с оценкой адресатом содержания вопроса как неадекватного, неуместного в данной прагматической ситуации. Реже семантическое несоответствие содержания ответа заданному вопросу может быть следствием неверной интерпретации иницилирующей реплики интервьюера, что рассматривается как ненамеренное уклонение, а, следовательно, не имеющее стратегического назначения. Таким образом, в современном журналистском интервью наблюдается тенденция к сближению характера диалогического взаимодействия с интерактивными моделями разговорного диалога.

Наиболее часто встречаемым случаем реализации тактики уклонения от ответа является коммуникативный ход, который можно обозначить как отказ от предоставления личной информации. Данный ход свидетельствует о нежелании интервьюируемого говорить на темы, связанные с его частной, порой интимной, стороной жизни. Способы реализации этого хода варьируются от полного отказа до объяснения причин своего некооперативного поведения.

Разновидностью рассмотренного хода является ход, который можно назвать как утаивание информации. Уклонение от ответа вызвано нежеланием интервьюируемого сообщать

о своих планах, т.к. это может помешать их реализации. Использование этой тактики приводит к некооперативному развитию интеракции, к дистанцированию.

Использование отказной тактики интервьюируемым может быть вызвано желанием спасти свое «позитивное лицо». Одним из ходов, реализующих данную тактику, является косвенное указание на недостаточную осведомленность интервьюера.

Исследователи отказных тактик отмечают, что их использование может быть вызвано объективными причинами, таким, как время, место общения или присутствие нежелательных свидетелей разговора, что позволяет их определить как ситуативно-ограничивающие [Вохрышева 2001, 147-151]. Интервью является коммуникативным событием, имеющим строгие временные ограничения. Именно временной фактор активно используется интервьюируемым в качестве предлога, позволяющего ему избежать ответа на вопрос.

В проблемных интервью, посвященных обсуждению актуальных проблем государственного или даже мирового масштаба, широко применяется тактика уклонения от ответа, реализующаяся в коммуникативном ходе, который мы предлагаем назвать смещение прагматического фокуса. Данный ход позволяет интервьюируемому в ответе на компрометирующий его вопрос вычленить тот аспект запрашиваемой информации, который обладает наименьшим потенциалом, угрожающим его «социальному лицу». При этом интервьюируемый создает лишь видимость того, что его высказывание тематически и по содержанию вызвано вопросом журналиста.

Наконец, причиной уклонения от ответа может послужить простое отсутствие у интервьюируемого знаний, запрашиваемых журналистом. Подобные случаи применения тактики уклонения были обнаружены при анализе примеров информативного интервью, где собеседник является экспертом в какой-либо научной или профессиональной области.

В отличие от предыдущих ходов, реализующих тактику уклонения от ответа, данный ход не является открыто конфликтным, поскольку его использование объясняется объективными причинами. Данный ход, напротив, характеризует интервьюируемого как профессионала в своей области, что вызывает к нему доверительное отношение.

Итак, уместно говорить о широком использовании тактики уклонения от ответа в ходе интервью, которая до настоящего времени активно изучалась в основном применительно к бытовому дискурсу. Использование данной тактики объясняется желанием интервьюируемого дистанцироваться от собеседника, что может быть вызвано как субъективными — нейтрализация негативных последствий ликоущемляющих вопросов интервьюера, неадекватность вопроса и др., так и объективными — время, место общения — причинами.

2.5.6 Диктальная стратегия как базовая в жанре ток-шоу

Как уже отмечалось, тактические приемы, организующие дискурс на коммуникативном, структурном, тематическом уровне реализуют и вспомогательные стратегии, а именно диктальную стратегию. Эти приемы направлены на упорядочение не только внешних, структурных показателей оформленности дискурса, но также и внутренних его компонентов: смысловое членение информации, номинативный характер семантических компонентов блока, актуальность временных границ высказываний и др.

Метатекст является одним из важнейших тактических приемов организации дискурса на структурном уровне, поскольку метатекстовые организаторы являются вехами, маркирующими начало и завершение отдельных информационных блоков или передачи в целом. Метатекст как часть коммуникации, направленная на саму себя, выполняет множество разных функций в дискурсе, цель которых будет зависеть от типа передачи и установки автора [Фирстова-1 2008, 29-32].

Исследователями отмечается распространение таких метаорганизаторов ток-шоу, которые являются конструкциями, указывающие на формальную, линейную организацию речи, в частности:

1) метаорганизаторы, указывающие на порядок следования частей. вводятся в начале или середине передачи с последующим перечислением, событий в том порядке, в котором о них будет рассказано.

2) метаорганизаторы, которые представляют ведущих и канал, на котором идет передача. Их функция двояка, так как они еще сигнализируют о начале или завершении самой передачи. Чаще всего данные метаорганизаторы употребляются вместе с фразами этикетного типа.

3) метаорганизаторы, указывающие на начало и завершение программы. Данная функция может быть выражена эксплицитно. В информационных программах встречаются метаорганизаторы, подводящие к итогу рассуждений; поясняющие метаорганизаторы, конструкции, указывающие на предупомянутую или общеизвестную информацию; выделяющие наиболее значимые отрезки в тексте; а также связанные со спецификой телевизионного общения, — это такие текстовые конструкции, которые поясняют видеоряд, это могут быть фразы, используемые ведущим в случае неполадки с техникой или возникновения помех, фразы, произносимые при перерыве на рекламу и после нее, а также анонсы последующих передач.

Цель информационной речи состоит в том, чтобы помочь понять и усвоить, а это возможно лишь при условии, что речь прозрачна и ясна, чему и способствуют метатекстовые конструкции. Кроме того, метатекст не только структурирует текст на уровне отдель-

ных блоков, но и объединяет эти блоки в единый дискурс. Метаорганизаторы выполняют также роль информатора, т. е. реализуют диктальную стратегию, способствуя облегчению восприятия непрерывного потока информации и адекватному ее прочтению.

В дискурсе ток-шоу не наблюдается единой тематической целостности, так как сюжеты не связаны между собой по смыслу. Тем не менее, можно проследить смысловое единство в пределах одного тематического блока и, что немаловажно, выявить номинационный характер **тематических цепочек**.

Тематическая цепочка — это вся совокупность номинаций, относящихся к одному референту, понятию, которое и является предметом речи.

Структура ток-шоу отличается тем, что в передаче может быть представлена только одна тема. В этом случае мы выделяем один тематический блок, разбитый на несколько дискурсивных блоков (речь ведущего и гостя студии, ведущего и зрителя программы по телефону, репортаж корреспондентов и т.д.).

Наряду с коммуникативной задачей, объединяющей дискурс ток-шоу в единое целое, есть еще одна категория, связывающая все тематические блоки программы между собой, — это категория временной локализованности.

Многие ученые сходятся во мнении, что категория временной отнесенности свойственна всем текстам и высказываниям [Фирстова-2 2008, 64-67]. При этом действия могут быть локализованными и нелокализованными во времени в рамках одного и того же временного плана.

Выделяются абсолютное и относительное время в зависимости от того, выступает ли в роли временного дейктического центра момент речи (абсолютное время) или какой-либо иной момент (относительное время).

В ток-шоу последовательное описание событий не является первостепенным и встречается гораздо реже, чем пространное обсуждение проблемы (рассуждения общем положении вещей, о социально-культурном опыте в целом).

Все события, описываемые в ток-шоу, относятся к прошедшему или настоящему временному плану. При этом дискурс построен так, что прошедший план событий помещен в рамку настоящего (то есть момента говорения).

Среди способов реализации вспомогательных стратегий в качестве основных выделяем следующие тактики: информирование, комментирование, разъяснение, иллюстрирование, саморепрезентация и оценивание. Диктальная стратегия, являющаяся базовой в исследуемом нами жанре, представлена тактиками информирования, комментирования, разъяснения и иллюстрирования.

Мы рассматриваем принципы реализации выделенных нами тактик с позиции прагматики, то есть теории речевого акта и коммуникативного хода, поскольку именно они являются одними из самых явных показателей преобладания той или иной тактики в дискурсе.

Понятие хода используется для характеристики функции речевого акта относительно продолжения дискурса [Фирстова-3 2008, 34-39] т. е. коммуникативный ход можно рассматривать как один из приемов реализации той или иной тактики.

В целом, в информационных передачах доминирует речевой акт представления информации, в пределах которого мы выделяем такие коммуникативные ходы, как сообщение, объяснение, описание, дополнение, уточнение, обобщение, суждение, прямое оценивание, вывод, предположение (пресуппозиция), импликация, представление, стилистические тропы и некоторые другие.

Вместе с развитием публицистики в латвийских СМИ как на латышском, так и на русском языке категория модальности становится более значимой. Передачи с преобладающей модальной стратегией строятся по принципу субъективного и объективного оценивания информации. Здесь рассматриваются открытые способы выражения оценочности, производимые за счет экспрессивных средств субъективной модальности. Сюда входят лексические средства (экспрессивная лексика и фразеология); морфологические средства (усилительные частицы, эмоциональные междометия, вводные слова с эмоционально-оценочным содержанием); синтаксические средства (инверсия, субъективно-оценочные конструкции); собственно текстовые средства (повтор и другие стилистические фигуры).

Поскольку целью ток-шоу является не только информирование зрителей об основных аспектах ситуации, но и формирование определенных точек зрения по данному вопросу, в речи ведущего наблюдается большее разнообразие оценочной лексики и экспрессивных конструкций:

1. Прямая оценка явления через экспрессивную лексику и фразеологию;
2. Субъективно-оценочные конструкции;
3. Вводно-модальные конструкции;
5. Инверсия, инверсия + повтор;
6. Ирония;
7. Гипербола;
8. Аппликация.

Создавая дискурс, оратор должен руководствоваться планом, некоторые пункты которого были рассмотрены в данной работе. Используя приемы, наиболее подходящие в

существующих условиях коммуникации, говорящий сможет достичь максимального воздействия на реципиента и, следовательно, удачно провести коммуникацию.

3. Жанр телевизионного интервью в аспекте когнитивной лингвистики

3.1. Структура когнитивных представлений о языковых знаниях

Согласно общим постулатам когнитивизма знания о мире в памяти хранятся в форме фреймов [Минский 1979], сценариев [Schank 1982], схем [Чейф 1983], ситуационных моделей [ван Дейк 1989], образных схем (image schema) [Johnson 1987], концептуальных метафор (conceptual metaphor) [Lakoff 1993]. Фрейм (сценарий, схема, ситуационная модель) — это фрагмент знания о мире, организованный вокруг некоего понятия или типовой для данного социума ситуации и содержащий связанную с ними основную, типическую или потенциально возможную информацию, включающую сведения об обычном порядке протекания ситуации [Филмор 1988; Долинин 1999]. В свою очередь, образная схема определяется как «повторяющийся динамический образец (pattern) наших процессов восприятия и наших моторных программ, который придает связанность и структуру нашему опыту» [Johnson 1987], а концептуальная метафора есть «способ думать об одной области через призму другой» [Ченки 1997, 351].

«Когнитивная картина мира» [Баранов 1993], «когнитивное пространство» [Красных 1998] различают два типа феноменов отражения действительности: декларативные знания или «знания что» [Баранов 2001, 14] и процедурные знания или «знания как» [там же]. «Первый класс — это сенсорные акты восприятия определенных фрагментов действительности, с которыми соотнесены образные концептуальные и семантические фреймы индивида, сформированные в сознании в процессе социальной деятельности [Баранов 1993, 14], к ним относятся «фреймы-картины» и «фреймы-сцены». Они соответствуют ситуации в статике и событию в динамике. Кроме того, имеются «фреймы-отношения», которые отражают информацию о логических цепочках. «Второй класс феноменов отражают деятельность. Здесь <...> различаются, с одной стороны, конкретные акты деятельности, а с другой — их образное и концептуальное отражение о знании индивида в виде фреймов-сценариев, формирующемся в социальном опыте» [там же].

В когнитивной деятельности друг другу противопоставлены два вида знаний: *пропозициональные* и *оценочные*. Первый вид знаний есть «объективные знания, знания *par excellence*, знания о ситуациях и объектах действительности [Кибрик 1991, 64], второй — это знания, носящие оценочный характер по шкале „хорошо”-„плохо”, которые могут быть приписаны «отдельным квантам пропозициональных знаний» [там же]. В референт-

ном плане речевого жанра содержатся оба типа знаний, но при этом «один и тот же пропозициональный компонент когнитивного типа может служить базой для порождения текстов разной интенциональности: деонтической, предполагающей изменение мира; эпистемической, цель которой описать мир; аксиологической, связанной с вынесением оценки» [Баранов 1999, 48]. Исследователи [напр., Попова 2002, 34] предполагают, что референтный план речевого жанра, включая и оценочные знания, будет опираться на первый класс феноменов (фреймы), а прагматический план — на второй класс феноменов (сценарии).

Когнитивное пространство языковой личности имеет структуру, в которую входят как знания, так и представления [Красных 1998]. «Знания — это то, что уже отложилось в сознании и составляет часть памяти. Знание — это не собрание случайных фактов, а набор сведений, объединенных в определенную упорядоченную систему» [КСКТ 1996, 28-29]. Представления «включают в себя собственно представления, образы и понятия, а также связанные с ними оценки и коннотации» [Красных 1998, 41]. В концепции В.В. Красных когнитивное пространство языковой личности представляет собой совокупность трех составляющих:

1. *Индивидуальное когнитивное пространство (ИКП)* — структурированная совокупность знаний и представлений, которыми обладает любая языковая личность, любой говорящий.
2. *Коллективное когнитивное пространство (ККП)* — структурированная совокупность знаний и представлений, которыми обладают все личности, все говорящие, входящие в тот или иной социум.
3. *Когнитивная база (КБ)* — структурированная совокупность необходимо обязательных знаний и национально-детерминированных представлений того или иного национально-лингво-культурного сообщества, которыми обладают все «носители того или иного национально-культурного менталитета, все говорящие на том или ином языке» [Красных 1998, 45].

3.2. Минимальная диалогическая единица в когнитивной структуре диалога

Устный диалог поддается структурированию с трудом. «Если письменный текст, подобно алгоритму, предписывает однозначные очередные шаги своего развития, соблюдая жесткие принципы структурирования знаковой ткани, точные образцы композиционного строения и жанровой ориентации, то строение устно-разговорного дискурса подчиняется противоположным принципам организации. Его порождают случайные события, не организованные со стороны <...>, а самоорганизующиеся изнутри по законам хаоса» [Йотов

1999, 46-47]. Самоорганизация процесса говорения несет в себе одновременно две противоборствующие тенденции: свобода и спонтанность коммуникативного поведения, с одной стороны, и стремление поддержать порядок и сохранить устойчивость совместной коммуникации, с другой.

Ц. Йотов в качестве структурной единицы диалогической речи предлагает использовать музыкальный термин «коллоквиальный период» [Йотов 1999, 50]. А. Кибрик по отношению к телевизионному интервью как разновидности речевого диалога использует термин «такт диалога». С точки зрения общей структуры фрейма «...каждый слот исходного фрейма задает составляющую диалога» [Кибрик 1991, 66]. Термин «цикл диалога» использует Г. Кучинский, понимая под ним «структурную единицу формы речевого взаимодействия» [Кучинский 1983, 48].

Однако здесь и далее по отношению к телевизионному интервью как речевому жанру, рассматриваемому в аспекте когнитивной лингвистики, представляется обоснованным использовать термин «минимальная диалогическая единица» (МДЕ), как совокупность речевых актов, связанных единой темой и отношением иллокутивного вынуждения [Баранов, Крейдлин, 1999, 7]. Под «иллокутивным вынуждением» понимается «связь отдельных реплик друг с другом: реплика одного участника диалога иллокутивно вынуждает реплику другого участника» [Баранов, Иванова 1992, 77]. Данная модель структуры диалога сводится к «к определению последовательности МДЕ, состоящих из речевых актов, в противоположность процедурной, динамической модели, опирающейся на понятие хода» [там же, 77]. Особенностью МДЕ является то, что в отличие от остальных речевых жанров в жанре телеинтервью их организатором является ведущий. По предположению Т. Поповой, стратегические шаги ведущего направлены на подключение обоих когнитивных пространств и когнитивной базы [Попова 2002, 51].

В зависимости от разновидности телевизионного интервью (с личностью, с профессионалом или с участником событий) и учитывая когнитивную соотнесенность с осью времени представляется возможным выделить три блока фреймовых структур.

3.3. Фреймовая структура интервью с собеседником-личностью

Блок «Прошлое». Фреймы данного блока отражают метафизическое время. Они имеют целью объяснить настоящего собеседника, исходя из его прошлого опыта, они устанавливают зависимость настоящего от прошлого. Фреймами блока «Прошлое» являются «Детство», «Школьные годы», «Учеба в вузе», «Выбор пути», «Пусть к успеху» и т. д. Основными слотами фрейма «Детство» являются: «Место рождения», «Родители», «Имя»

и др. Вопросы интервью в этом случае устанавливают факты биографии интервьюируемого. Фрейм «Школьные годы» связан с оценкой собеседником себя, своих учителей, отношений с одноклассниками. Фрейм «Выбор пути» связан со слотами «Прогнозирование своей жизни в будущем», «Мотив выбора профессии» и т. д. Фрейм «Путь к успеху» — это в первую очередь слоты «Помощь со стороны», «Препятствия», «Способ достижения успеха», «Воля на пути к успеху» и др.

Блок «Прошлое» в телеинтервью с собеседником-личностью связан с представлениями о том, что свойства личности начинают проявляться уже в детстве. МДЕ блока «Прошлое» соотносятся с информативным регистром.

Блок «Настоящее». Он условно делится на четыре фрейма: «Профессиональная деятельность», «Сама личность», «Семья, личная жизнь», «Окружающая действительность». Фрейм «Профессиональная деятельность» включает несколько слотов: «Место работы в жизни собеседника», «Удовлетворение от работы», «Оценка своей работы», «Профессиональные предпочтения». Фрейм «Личная жизнь» сводится к таким слотам: «Место семьи в жизни собеседника», «Отношение семьи к занятиям собеседника», «Круг общения» и др. Фрейм «Личность», как правило, является самым обширным в такого типа интервью, он реализуется слотами: «Увлечения», «Свободное время», «Вкусы, предпочтения», «Самодентификация», «Самоощущения», «Система ценностей», др. В завершении блока «Настоящее» фрейм «Отношение к окружающей среде» представляется слотами «Отношение» к разным явлениям социального и иного характера (к пьянству, к спорту, к наркотикам, к интернет-зависимости и т. д.) МДЕ блока «Настоящее» соотносятся с репродуктивным и генеритивным регистрами.

Блок «Будущее». Этот блок, как правило, небольшой. Он связан с фреймом «Прогнозирование будущего», который представлен слотами «Планы», «Идеальное будущее» и «Поведение в экстремальной гипотетической ситуации».

3.4. Фреймовая структура интервью с собеседником-профессионалом

Блок «Прошлое». Фреймами блока «Прошлое» являются «Выбор пути», «Путь к успеху», «Восприятие и оценка прошлого» и др. Он совпадает во многом с блоком «Прошлое» с собеседником-личностью. Фрейм «Выбор пути» представлен слотами «Мотив выбора профессии», «Время осознания выбора профессии». Фрейм «Путь к успеху» представляется слотами: «Начало профессиональной деятельности», «Профессиональной поступок». Фрейм «Восприятие и оценка прошлого» представлен слотами «Неудачи», «Удачи», «Лучшие/худшие периоды жизни».

Блок «Настоящее». Он условно делится на такие фреймы: «Личность собеседника», «Отношение к своей профессиональной деятельности», нередко оригинальный фрейм «Именно эта профессия». Фрейм «Отношение к своей профдеятельности» идентичен такому же фрейму в интервью с личностью. А вот фрейм «Личность собеседника» отличается от аналогичного фрейма в интервью с личностью и реализуется слотами: «Профессиональная самооценка», «Система профессиональных ценностей», «Профессиональная самоидентификация», «Отношение к коллегам», др. В завершении блока «Настоящее» фрейм «Профессия» наиболее широко представляется слотами «Профессиональные качества», «Секреты профессии», «Законы профессии», «Сложность/легкость работы», «Система профессиональных отношений» и многими другими.

Блок «Будущее». Он включает такие фреймы: «Профессиональные прогнозы», «Профессиональные планы», «Гипотетические профессиональные планы», «Прогнозирование поведения в гипотетической экстремальной профессиональной ситуации», «Смена профессии».

Блоки «Настоящее» и «Будущее» в интервью с профессионалом сосредоточены на профессиональных целях и профессиональном поведении.

3.5. Фреймовая структура интервью с собеседником-участником события

Блок «Прошлое». Поскольку телевизионное интервью с очевидцем события ставит своей целью восстановить обстоятельства события, то данный блок занимает центральное место в данном типе интервью. Блок состоит из нескольких фреймов: «Ход события и его обстоятельства», «Личное участие в событии», «Личные ощущения во время события», «Осмысление события во время его хода», др.

Фрейм «Ход события и его обстоятельства» представлен слотами: «Время события», «Место события», «Участники события и их действия», «Обстоятельства события». Фрейм «Личное участие в событии» представлен слотами: «Обстоятельства причастности к событию», «Первая реакция», «Наличие опыта участия в подобных ситуациях», др. Фреймы «Личные ощущения» и «Осмысление происходящего во время события» также являются центральными в данном блоке рассматриваемого типа интервью.

Блок «Настоящее». Здесь всегда имеются следующие фреймы: «Оценка события», «Анализ причины события», «Оценка события с позиций настоящего», «Оценка влияния события на его участников», др.

Блок «Будущее». Он представлен фреймами «Советы», «Моделирование поведения в аналогичной ситуации», «Личное участие в подобных мероприятиях в будущем», «Прогноз развития событий», др.

Таким образом, фреймовая структура интервью с участником события нередко содержит фреймы двух типов: 1. Фреймы, описывающие само событие и 2. Фреймы, описывающие самого участника событий. Сам участник события в таком ракурсе выступает и как субъект прошлого, и как субъект настоящего, оценивающий событие прошлого с позиций настоящего.

Рассмотрение основных тактических приемов дискурса, диктальной стратегии и направлений фреймовой концепции организации знаний делает возможным применение основных теоретических положений к анализу телевизионных интервью передачи «Без цензуры», выходящей на латвийском канале TV5.

Глава 2. Жанр телевизионного интервью в прагматическом и когнитивном аспекте

Практическим материалом для исследования жанра телевизионного интервью в прагматическом и когнитивном аспектах выбран скрипт телевизионной передачи «Без цензуры», вышедшей в эфире латвийского канала TV5 23 января 2009 года в 18.30. С позиций жанровой отнесенности данная программа представляет телевизионное интервью с директором Дома Москвы в Риге Юрием Силовым, а после демонстрации проблемно-аналитического сюжета корреспондента Д. Смирнова и после появления в студии семьи Бессоновых — жанр ток-шоу с участием гостей в студии и телезрителей (по телефону). Отдельное внимание уделено роли ведущего как центра организации диалогического дискурса коммуникантов.

2.1. Реализация дискурсивных стратегий, тактик, ходов в жанре интервью

Как было отмечено ранее, конечной целью любой речевой стратегии является коррекция модели мира адресата. Рядом предложений, реакций и контрпредложений коммуниканты вводят в разговор свои собственные интерпретации (проблем, тем, событий, образов и т.д.), желая сделать их общими или, точнее, пытаются добиться признания своей интерпретации собеседником как приемлемой, и тем самым добиться реализации своего замысла.

Творческая реализация плана общения (дискурсивной стратегии) допускает различные способы его осуществления. Они могут комбинироваться в зависимости от ситуации, либо один из них используется как ведущий (наиболее эффективный), а другие привлекаются по мере необходимости или вообще не привлекаются.

Итак, если коммуникативную стратегию понимать как совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего («глобального намерения», по ван Дейку), то *коммуникативной тактикой* следует считать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии. Участники диалога, преследуя свои цели на протяжении всего коммуникативного события, как правило, не пользуются готовыми схемами, а конструируют свои обращения по ходу интервью в зависимости от ситуации. Например,

(1) Ведущий: Вот одна из задач была — создать такой очаг русской культуры. Причем, не только для этнических русских, но и для всех, кто интересуется русской культурой. Это удалось?

Ю. Силов: Это не просто очаг. Я считаю, это центр. Это центр, который состоялся. Который востребован. И скажу современным языком: это бренд. Дом Москвы — это бренд. И не только в Риге. Но мы были первыми вот в этом проекте Юрия Михайловича Лужкова. Мы не просто показали, что Дом Москвы — это для Москвы, для России это очень правильное направление. Но и на нашем примере не без моего участия состоялись Дома Москвы в Севастополе, в Софии и в Ереване. А сейчас — в Киргизии.

Ведущий: А зачем Российской Федерации открывать свои дома, дома своей столицы в очень далеких от географических границ Российской Федерации территориях?

Ю. Силов: Ну, во-первых, я назвал все эти места — они не столь далекие. Это бывшая наша...

Ведущий: София?

Ю. Силов: Шестнадцатая республика. (Смеется.) Это по сути дела... Да, я не назвал Сухуми в этом списке, что тоже достаточно актуально. Дома Москвы в этих регионах — это веление времени. И это тот пример, который вот после Риги стал брендом. И естественно. И для соотечественников, и не только для соотечественников те культурные, социальные, молодежные, спортивные программы, выставки, галереи наши, они, они стали уже для рижан, я считаю, знакомыми и любимыми.

Пример (1) демонстрирует случай несовпадения общих стратегических планов интервьюера и интервьюируемого. Основным назначением интервью-«знакомства», эпизод которого подвергается анализу, является наиболее полное раскрытие личности собеседника и того, чем он занимается, что определяет выбор журналистом дискурсивной стратегии, которая в наибольшей степени способствует достижению поставленной задачи, а именно, стратегии сближения. Тактика, используемая интервьюером в иницирующем вопросе — тактика введения новой темы, направлена на раскрытие очередного аспекта интервьюируемого — удалось ли под его руководством создать центр русской культуры вместе с открытием Дома Москвы в Риге, который, по мнению журналиста (а точнее, по мнению редакции TV5), представляет особый интерес для русскоязычной общественности, которая является зрителями канала TV5. Однако собеседник не прибегает к использованию тактики уклонения от ответа, напротив, его ответ свидетельствует о его желании говорить на предложенную тему даже в интересующем журналиста ракурсе. Иными словами, стратегии сближения журналиста совпадает со стратегией интервьюируемого. Дальнейшее развитие интеракции демонстрирует оперативное реагирование журналиста на ситуацию возможного конфликта, которое выражается в применении тактики развития темы, представляющей собой

введение альтернативного референта («зачем открывать дома Москвы там, где юридически Россия отсутствует»). Следом интервьюер вводит еще один референт, даже перебивая говорящего («София»). Но и эта тактика не выводит говорящего из равновесия. В результате использования данной тактики кооперативное взаимодействие коммуникантов было продолжено, о чем свидетельствует развернутый ответ интервьюируемого, в котором он отдает предпочтение именно альтернативному референту. Таким образом, гибкое использование тактик позволило интервьюеру скоординировать свои речевые действия в соответствии с преследуемой им целью, при этом, интересующий его (общественность) вопрос о смысле существования Дома Москвы получил должное освещение. Данный факт объясняет многочисленные последовавшие попытки журналиста снова и снова «разговорить» своего собеседника на данную тему, которые он предпринимает в ходе дальнейшего развития интервью.

(2) Ведущий: <...> Хорошо, а с кем не будете говорить? Есть ли какие-то люди, которые принципиально так сказать...

Ю. Силов: Ну, во-первых, мы открыты. Да, мы открыты для всех. Э-э-э. Многие рижане посещают нас для того, чтобы прийти и посмотреть...

Ведущий: А вот рижане господин Табунс или Добелис часто заходят в Дом Москвы?

Ю. Силов: Я их не встречал. Ну а встречу... Кстати, очень интересная была история. В тот момент, когда собрались наши соотечественники обсудить с администрацией Калининградской области по возможности работы и трудоустройства в Калининграде, что сейчас и очень актуально и в наше, в самом деле, очень непростое время, многие люди просто обращаются к нам для того, чтобы получить консультацию, где же в России, где же в той же Калининградской области, которая попала в президентскую программу российскую по вот переселению соотечественников, какие условия для того, чтобы туда уехать, так вот господин Гарда был на этой встрече, вел себя очень спокойно.

Приведенный выше пример (2) демонстрирует локально контролируемое использование коммуникативных ходов, реализующих тактику переформулировка. Ответ интервьюируемого на инициирующий вопрос, по мнению журналиста, требует некоторого подытоживания. Этот ход интервьюера продиктован распространенным в обществе убеждением, что упомянутые латвийские политики правого толка (Юрис Добелис, Петерис Табунс) крайне критически относятся к современной России и ее политике за рубежом. Однако ответная реакция интервьюируемого свидетельствует о состоявшейся некооперативной интерпретации его слов, что приводит к необходимости корректировать направление развития инте-

рации со стороны интервьюируемого. Однако интервьюируемый упоминает другого, но тематически связанного общественного деятеля, принадлежащего к той же тематической группе («правы латвийский политик с антироссийской риторикой»). Подобная коррекция производится с помощью коммуникативных ходов запрос о подтверждении импликации и запрос о выведении (верной) импликации в следующих друг за другом ответах интервьюируемого.

Таким образом, функциональная роль каждого речевого хода в рамках общей стратегии, определяется относительно предыдущего и предполагаемого ходов. Акцент делается на реляционном характере ходов (или «шагов»), что является важным при анализе интервью. Реляционный характер ходов способствует локальной когерентности дискурса. Так, семантический ход «поправка» может быть определен только с учетом того, что говорилось ранее.

2.2. Интерактивный подход к пониманию дискурсивных стратегий и тактик в жанре телевизионного интервью

Как отмечено выше, отправным пунктом изучения особенностей функционирования конверсационных тактик в ходе интервью является классификация, предложенная А.-Х. Юкером. Он выделяет следующие тактики:

1. Тактика смены темы (тактика ввода новой темы) (Topical shift);
2. Тактика развития темы (Topic extension);
3. Переформулировка (Reformulation);
4. Вызов (Challenge).

2.2.1. Реализация конверсационных тактик как способов реализации дискурсивных стратегий в телевизионном интервью

2.2.1.1. Реализация тактики смены темы (ввода новой темы) в жанре телевизионного интервью

Как отмечено выше, тактика смены темы сигнализирует о кооперативном развитии интервью, т.к. используется тогда, когда ответ интервьюируемого полностью раскрывает иницирующий его вопрос, является «поддерживающим». В связи с этим журналист считает данный этап обсуждения проблемы исчерпанным и вводит новый аспект общей темы.

(3) Ведущий: Хорошо, недавно вы получили — буквально на днях — почетную грамоту от митрополита Рижского и всея Латвии. Как вы думаете: за что вас наградили?

Ю. Силов: Ну у нас очень хорошие отношения не только с православной церковью, но и... Потому как те гуманитарные программы, которые проходят через нас, те же рождествен-

ские елочки, детские программы, они добрые, хорошие. Это та самая дающая рука Москвы, которую оценил наш митрополит. Спасибо ему за то, что, за его оценку.

Ведущий: А можете ли разделить точку зрения скептиков, что говорят это российская имперская экспансивная политика? Восстановить империю Советский Союз, шестнадцатая республика, о чем Вы только что говорили? Да зачем? Наши же вот местные русские отличаются от русских Самары или Вологды?

Ю. Силов: Конечно, отличаются. Конечно, отличаются.

Ведущий: А зачем тогда Дом Москвы? Если по-разному...

Ю. Силов: Ну во-первых, потому что мы русские. Это уже то связующее звено, которое появляется везде. И в Нью-Йорке, на Брайтон-Бич, и в Одессе. Да, поэтому Рига — это звенья одной цепи. <...>

Интервьюируемый в (3) является директором Дома Москвы в Риге, который следит за событиями вокруг Дом Москвы, находясь внутри Дома Москвы, являясь его руководителем. В иницирующем вопросе его просят как бы изнутри оценить объективность награды почетной грамотой митрополита Рижского и всея Латвии Александра. (Интервьюируемый прячется за мнимую объективность и ссылается на программы Дома Москвы, а не на свои личные достижения.) Следующий вопрос, представленный в примере, вводит новую тему — о необходимости Дома Москвы в принципе. (Тематический референт «продолжение экспансивной имперской политики России»). Оба вопроса направлены на раскрытие общей проблемы, связанной с функциями Дома Москвы в Риге, и в этом проявляется семантическая связь между ними, однако они раскрывают различные аспекты проблемы.

(4) Ю. Силов: <...> А с точки зрения того, что у нас с нашими соотечественниками, да и не только с нашими соотечественниками, теми людьми, которые, будучи в Советском Союзе, состоялись как люди. Я прежде всего имею в виду себя. Вот в этой, на этой волне негатива, который сейчас все больше и больше в сторону Москвы, в сторону России обращается, я хочу сказать, что во всяком случае проведи сейчас социологический опрос, я уверен, что для людей, кто вот 17, 17 лет назад в том в 91-ом году голосовал, результаты будут самые что ни на есть просоветские.

Ведущий: Просоветские?

Ю. Силов: Уверен.

Ведущий: А это хорошо или плохо? Если так, оглядываясь, оценить.

Ю. Силов: Я думаю, что хорошо. <...> Хотя я состоявшийся человек, я говорю, что хорошо. Может быть, потому что я тогда был молодой. И мы достаточно романтично смотрели на все. Но то образование, которое мы получили, то здравоохранение, которое было, те

возможности для нас — вот я профессионально занимался спортом — сейчас несопоставимы.

Такие же семантические отношения наблюдаются в примере (4). Собеседник Юрий Силлов (в прошлом спортсмен-велосипедист) является человеком, профессионально состоявшимся в советское время. Все вопросы интервьюера в данном фрагменте подчинены общей теме — выяснению того, хороша или плоха советская действительность по сравнению с ощущением сегодняшнего дня. Однако каждый отдельно взятый вопрос вводит частные аспекты этой истории (ощущение жителей Латвии по отношению к референдуму 1990 года, личное ощущение Юрия Силова и гордость за бывшую страну) с помощью конверсационной тактики смены темы.

Использование тактики смены темы в журналистском интервью, которая первоначально, как было отмечено выше, была применена к исследованию разговора, свидетельствует на данных примерах о значительном сближении данного институционального жанра с прототипической формой дискурса вообще — разговорным диалогом. Это в свою очередь свидетельствует о периферийном местонахождении этого типа интервью по отношению к другим разновидностям этого речевого жанра, иными словами, о наибольшей удаленности его от внутрижанрового прототипа — интервью-собеседование с работодателем при устройстве на работу (job interview).

Эта мысль может быть проиллюстрирована следующим примером:

(5) Ведущий: Госпожа Бессонова, тогда расскажите более подробно те детали, которые остались за кадром камеры по ходу съемок. Что вас... Что вас привело именно в Дом Москвы, ведь полно других арендаторов в других зданиях, и все они занимаются юридическими услугами, но вы пошли почему-то в Дом Москвы? Вот что было той каплей, которая заставила вас именно это решение принять?

Н. Бессонова: Александр Чичерин, он ходил по подъезду нашего дома, как я уже говорила. Он стучался и сказал, что он хочет купить у нас квартиру. Он дал мне визитку своей матери, что она является юристом Дома Москвы.

Ведущий: Юристом Дома Москвы? Так на визитке было написано?

Н. Бессонова: Юрисконсульт. Там фирма «Jurlems», и там было написано «Дом Москвы». Адрес Марияс. И когда я пришла к ней, она очень радушно меня встретила. Узнав, что у меня трое детей, она даже спустилась в кафе, купила пирожные, булочки. Сказала, что вот я вот детям. Потом она вот, как я говорила, говорила, что вот здесь помогают соотечественникам, защищают русских людей.

Ведущий: То есть как в фильме «Брат» — «Мы, русские, не обманываем друг друга»?

Н. Бессонова: Да, да. И она как-то вошла в мое доверие. Такая с виду порядочная женщина. И хотя у меня было много покупателей, на тот момент был как бы пик, сто все покупалось, продавалось, из 10 человек, но, тем не менее, она как-то произвела на меня впечатление такого порядочного человека. Я, конечно, боялась, что меня обманут. Но почему-то я посчитала, что Наталья на такое не способна.

Ведущий: А почему вот вы в итоге в договоре написали цену квартиры для будущего покупателя в два раза меньшую, чем на тот момент эта квартира стоила на рынке. Это был ваш ответный жест благотворительности?

Н. Бессонова: Нет-нет. Это Александр Чичерин, он мне звонил и просил, что нужно платить большой налог на недвижимость, и он хочет разбить этот договор на две части. Хотя я не разбираюсь в этом, но я подумала, что они юристы, и так и нужно делать. Что, значит, первый договор пишем на 130, следующий через неделю. Что там не будет покупаться квартира. Вот. И эта Наталья уж настойчиво просила меня об этом. Она говорила, что не волнуйся, все будет хорошо. Она даже апеллировала на то, что мы люди верующие, что вот мы даже в церковь ходим. Мы даже с Александром заходили в церковь Александра Невского.

В вышеприведенном примере частный коммуникативный ход, реализующий тактику введения новой темы, который можно обозначить как подсказка новой темы интервьюируемым, обнаруживает существенное сходство с функционированием бытового разговора. Новая тема в рамках общей темы — раскрыть ситуацию, почему одинокая многодетная мать обратилась за помощью в Дом Москвы — плавно вытекает из предшествующего ответа интервьюируемого, что создает впечатление естественно развивающегося разговора в неофициальной обстановке. Очевиден тот факт, что круг обсуждаемых тем был подготовлен журналистом заранее, однако способ введения новой темы, представленный в примере (5), принимающий во внимание особенности локального развития интеракции, позволяет избежать возникновения конфликтных ситуаций при одностороннем «навязывании» тем со стороны интервьюера по заранее заготовленной им тематической сетке. В результате данная тактика позволяет журналисту управлять ходом тематического развития интервью таким образом, что внешне доминирует коммуникативная линия его собеседника, то есть Натальи Бессоновой.

В анализируемых выше примерах тактика смены темы свидетельствует о кооперативном развитии хода интервью, т.к. она используется интервьюером в тех случаях, когда ответ на вопрос оказывается исчерпывающим. Подобное развитие интеракции свидетельствует о совпадении коммуникативных целей, а, следовательно, и дискурсивных стратегий коммуникантов, направленных на сближение. Однако при анализе практического материала

ла нами были выделены случаи использования данной тактики, которые отражают отход от взаимодействия в рамках сотрудничества в сторону развития конфликта.

Одним из примеров использования тактики некооперативного введения новой темы является ситуация, в которой интервьюер применяет данную тактику при отсутствии «поддерживающего» предыдущий вопрос ответа, т.е. при явном количественном и качественном несоответствии между ответом интервьюируемого и вопросом журналиста.

(6) Н. Бессонова: И секретарь, ваш секретарь позвонила мне по телефону. Дала ответ на заявление.

Ю. Силов: Ну секретарь не может дать ответ. Ответ обычно в письменном виде.

Н. Бессонова: В письменном виде я не получала. Она сказала...

Ведущий: Господин Силов, 23 марта 2007 года женщина писала что-то вам по поводу этой ситуации. Вы дали ответ?

Н. Бессонова: Нет, я не получила ответ. Только по телефону.

Ю. Силов: Я впервые слышу об этой истории. Я... (неразборчиво).

Иницирующий вопрос-утверждение интервьюера (в данном случае таковым выступает гость студии Н. Бессонова) директору Дома Москвы направлен на выяснение истоков, причин, вызвавших интерес к индийским мифам. Однако в ответе наблюдается явный семантический сдвиг в сторону того, кто компетентен давать ответы на заявления. Иными словами, тема, затронутая в вопросе, не получает удовлетворительного раскрытия в ответе, который оказывается «неподдерживающим». Согласно исследованию А.-Х. Юкера данные обстоятельства не способствуют введению новой темы. Однако анализируемый пример иллюстрирует обратную тенденцию: несмотря на отсутствие удовлетворительного ответа на предыдущий вопрос, следующий вопрос интервьюера (опять таковой выступает Н. Бессонова) вводит новую тему. Однако она оказывается нераскрытой из-за того, что коммуникативную инициативу перехватывает ведущий и в другой, более жесткой и в вопросительной, а не утвердительной форме задает вопрос об ответе на зарегистрированное заявление. Однако ответ, что нередко случается в дискуссионных программах и интервью в форме ток-шоу, дает не тот адресат, кому адресован ответ, а совершенно другой коммуникант — в данном случае на вопрос ведущего отвечает не Ю. Силов, а Н. Бессонова.

Тактика смены темы может быть вызвана некооперативным поведением интервьюируемого и МОЖЕТ реализоваться посредством коммуникативного хода вынуждения:

(7) Ю. Силов: <...> Слуховые аппараты. Танометры. Порядка 8000 латов, вот если говорить о...

Ведущий: А на чем вы зарабатываете? На таких арендаторах как Иоффе? Откуда пришли эти деньги?

Ю. Силов: Это программы, это целевые программы, которые проходят через московское правительство, и прописан источник в бюджете.

Ведущий: То есть это деньги российских налогоплательщиков? Ну если к тому концу?

Ю. Силов: Это деньги московского правительства.

Ведущий: Ну то есть российских налогоплательщиков?

Ю. Силов: Российских налогоплательщиков, да, в итоге. <...>

В примере (7) в представленном для анализа отрывке вопрос направлен на выяснение факта существования связи между арендаторами Дома Москвы и финансированием гуманитарных программ Дома Москвы. Интервьюируемый уклоняется от ответа, использует «неподдерживающий» контекст вопроса ответ, что побуждает журналиста конкретизировать свой следующий вопрос, не меняя темы. Однако и на второй вопрос интервьюируемый не дает удовлетворительного ответа, смещая фокус с вопроса о деньгах налогоплательщиков на распределение средств министрами московского правительства, иными словами, снова использует конфликтную тактику уклонения от ответа. В связи с тем, что проблема, затронутая в вопросах, показалась ведущему крайне актуальной, то на третьем его вопросе она получила должное подтверждение в ответе интервьюируемого

Как нами было отмечено ранее, изучение интервью как речевого жанра предполагает рассмотрение его как определенного стереотипа речевого поведения в ситуации общения, что отражается прежде всего в распределении коммуникативных ролей, предполагаемых жанрово организованной речью. Иными словами, интервьюер и интервьюируемый обладают рядом привилегий, которые определены жанровыми канонами и параметрами коммуникативного события интервью и, следовательно, «ожидаемы». Какое-либо отклонение от существующего речевого стереотипа рассматривается коммуникантами как нарушение сотрудничества, которое должно быть некоторым образом устранено.

Привилегия тематического управления интервью принадлежит интервьюеру. Иными словами, в соответствии со своей ролью журналист может сменить тему разговора, что отвечает жанровым нормам интервью и свидетельствует о кооперативном общении. В ходе анализа интервью, однако, нами обнаружены случаи нарушения стереотипа поведения, когда тактика введения новой темы используется не журналистом, а его собеседником.

(8) Ведущий: Господин Силов, чтобы честным, от Александра майл комплиментарный, в вашу защиту: «Наконец-то в вашей студии, господин Мамыкин, умный, образованный человек, интеллигентный гость. Большое спасибо Дому Москвы, Александр.» <...>

Ю. Силов: Дайте я отвечу на поступление тех или иных вопросов.

Ведущий: Да, прошу вас.

В реплике о поступлении электронных посланий в адрес интервьюируемого, Юрий Силов воспользовался коммуникативным ходом перехвата привилегии журналиста. И журналисту ничего не остается, как принять навязанную в данном микрофрагменте роль.

В анализируемом выше примере нарушение норм поведения осталось на уровне имплицитного конфликта, поскольку интервьюер привлек «пошаговый» формат развития хода интервью, в котором постановка последующего вопроса зависит от ответа на предыдущий вопрос. При этом происходит отход от заранее намеченной тематической сетки, характерной для интервью как речевого жанра институционального дискурса. Таким образом, в данном случае журналистское интервью обнаруживает интерактивные модели схожие с бытовым разговором. Подтверждением разговорности жанра интервью может служить следующий пример:

(9) Ведущий: А вот смотрите. Виталька сейчас принесет еще одну визитку.

Ю. Силов: ... что это люди, что это люди...

Н. Бессонова: Дом Москвы.

Ю. Силов: Ну юридическая фирма «Jurlems». Чичерина Наталья, юрисконсульт.

Н. Бессонова: Дом Москвы.

Ю. Силов: Рига, улица Марияс, 4. Офис...

Н. Бессонова: «Дом Москвы» там написано.

Ю. Силов: Да, Дом Москвы. Телефон. Я имею в виду вот юридический адрес. Так вот у меня с орлами, с гербом Российской Федерации визиток не знаю, двести, триста визитница. Это не говорит о том, что это люди администрации президента и что это люди, имеющие отношение МИДу.

Ведущий: Ну вот смотрите, у меня на визитке нет герба, потому что мы не связаны с Домом Москвы. Но если, как вы говорите, ваши арендаторы не связаны с Домом Москвы, то что же они везде орлов двухглавых и герб российский?

Ю. Силов: Да нет, орлов-то там не видно. Там логотип их компании и не более. И адрес, где они находятся.

Однако нарушение ожиданий поведения, например, использование интервьюируемым тактики смены темы, которая игнорируется интервьюером, может привести к открытому конфликту. Это происходит в том случае, когда журналист следует «серийному» формату, т.е. задает вопросы в заранее намеченном порядке по запланированным темам, что приводит к «искусственности» интервью и создает «внутреннее напряжение» [Mazeland, ten Have 1996]. Серийный формат интервью исключает возможность импровизации, т.е. корректировать в определенной ситуации ход беседы и задавать незапланированные вопросы, которые, как отмечает М. Лукина, могут вызвать наиболее откровенные и информационно

насыщенные ответы. Данный формат ведения интервью оказывается наиболее приемлемым при построении job interview, которое представляет собой подготовленный дискурс, а также для некоторых типов так называемых исследовательских интервью (research interview), в которых исследователь, ставящий в приоритетное положение цель исследовательского проекта, на первый план выдвигает заготовленные стандартизированные схемы интервью.

Таким образом, изучение современного интервью позволило выявить особенности функционирования конверсационной тактики смены темы и составляющих ее коммуникативных ходов, которые наряду со стратегией сближения способствуют реализации стратегии дистанцирования, о чем свидетельствуют примеры некооперативного введения новой темы. Результаты анализа практического материала показали, что использование рассматриваемой тактики в рамках выделяемых нами дискурсивных стратегий обнаруживает существенное сходство с разговорным диалогом.

2.2.1.2. Реализация тактики развития темы в жанре телевизионного интервью

Тактика развития темы и коммуникативные ходы ее реализации являются наиболее часто встречаемыми в журналистском интервью. Основное отличие данной тактики от тактики введения новой темы заключается в наличии прямой семантической связи между последующим вопросом интервьюера и предшествующим ответом.

(10) Голос по телефону: Скажите, я могу по-латышски разговаривать?

Ведущий: Да, прошу вас.

Голос по телефону: Mums ir tāda lieta. Vispirms mira tētis, (neskaidri). Brāļa daļu mantoja sieva. Un četras, un trīs meitas. Tas ir nomalē (???neskaidri) sanāk. Viena astotā daļa no tā teikt... Pirmo daļu mantoja mamma, puse, no otrās puses mantojām, mēs trīs: mamma, es un brālis. Brāļa daļu mantojām atkal četri.

Ведущий: Госпожа Упмале, я вас остановлю, надо переводить. Дело такое. Умер отец, и по линии, значит, брата часть дома должна была быть унаследована. Брат и сестры. Речь идет о восьмой части дома и вступлении в права наследства. Госпожа Упмале, продолжайте.

Голос по телефону: И потом. Brālis mira pēc tam. И потом наследство его заняла его жена и трое детей. И после (неясно) Чичерин к нам приехал и сказал pirškuma līgums, я купил эту одну восьмую часть за 24 тысячи eiro.

Ведущий: А Чичерин — это какой господин?

Голос по телефону: Aleksandrs Čičerins.

Ведущий: А что он вам показал? Визитную карточку, может, протянул? Что на ней написано было?

Голос по телефону: Он ничего. Он только zemesgrāmata (tālāk — neskaidri). Он хозяин этого дома — он так нам сказал.

Ведущий: А что вы ему сказали в ответ? Вы же, наверное, не согласны были?

Голос по телефону: Я не согласна были. Я подала в abgabaltiesā. И теперь мы первый суд, который был, три суда, отложили. И теперь меняется у нас судья, и суд с прошлого года не был. Не заставил... не состоялся еще.

Ведущий: И как вы думаете, каковы ваши шансы выиграть это дело и восстановить, что называется, поправную справедливость, Марите?

Голос по телефону: Я думаю, нам надо было все сперва... Pirmo. Pirmo izpirkšanas līgumu dot нам, матери, не сразу. И не сразу перекупить другому человеку.

Ведущий: Думаете ли вы, что вас обманули? Юридически, так сказать, обвели вокруг пальца вот в вашем конкретном случае? Не хочется же терять пусть и часть отчего дома?

Голос по телефону: Я думаю, что... Я думаю, что да.

Ведущий: И как вы думаете, кто виноват вообще в этой ситуации? Кто, кто то, тот олицетворение нехороших замыслов, которые вот реализовались в отношении вас и вашего имущества?

Голос по телефону: Ну это вот брат и жена, которая пьяница.

Ведущий: Как вы думаете, своей ли смертью она умерла, или помогли? Уж извините за такой вопрос?

Голос по телефону: Она еще жива. Брат умерши.

Ведущий: А брату?

Голос по телефону: Brālim bija barības vada plīsums.

Ведущий: Разрыв пищевода, сказала Марите.

Голос по телефону: Да.

Ведущий: Обращались ли вы за помощью к каким-то другим юристам? Может, вы могли бы...

Голос по телефону: У меня есть свой юрист. Юрист... Мы всем делом занимаемся уже с 2005 года.

Ведущий: У вас не было желания обратиться и в Дом Москвы, потому что все-таки там господин Чичерин принимает, дает какие-то консультации?

Голос по телефону: Нет. Не буду с ними встречаться больше до суда. Пусть они меня не тревожат даже по телефону.

Пример (10) представляет собой отрывок из телефонного интервью с рижанкой Марите Упмале (по состоянию здоровья она не смогла прийти в студию), которая также

столкнулась с сотрудниками Дома Москвы. В иницирующем вопросе журналист интересуется первопричиной того, как она познакомилась с сыном работницы Дома Москвы Александром Чичериным. В ответе на этот вопрос Марите Упмале затрагивает проблему того, как смерть брата познакомила ее с А. Чичериным. Данный аспект ответа подхватывается интервьюером как средство уточнения, кто такой Чичерин. После рассказанного Марите Упмале эпизода знакомства журналист задает вопрос о последствиях. Интервьюируемый подхватывает эту инициативу. После тезиса Марите Упмале об иницированном ею судебном процессе в окружном суде ведущий задает вопрос о шансах выигрыша данного дела. Однако интервьюируемый не подхватывает инициативу, но рассказывает о смежной теме — свершившемся обмане. Эта же тактика присутствует и в микродиалогах об умершем брате и о возможности досудебного примирения сторон. Иными словами, тактика развития темы, применяемая интервьюером, находится в тесной семантической связи с предшествующим ответом.

В большинстве случаев тактика развития темы характеризует кооперативное взаимодействие участников интервью, в ходе которого происходит всестороннее обсуждение значимых для данного типа интервью вопросов. Зачастую направление развития темы «подсказывается» самим интервьюируемым в предшествующем ответе.

Данный пример (10) также указывает, как с помощью коммуникативного хода, реализующего тактику развития темы, который можно обозначить как использование подсказки, побуждает интервьюируемого к конкретизации, прояснению своей позиции по данному вопросу, что является свидетельством кооперативного поведения в рамках стратегии сближения. В проанализированном фрагменте тактика подсказки оказывается актуальной еще и потому, что для интервьюируемого русский язык является неродным и степень владения языком у интервьюируемого невысока.

Аналогичный случай кооперативного развития темы наблюдается в следующем примере:

(11) Ведущий: Госпожа Бессонова, тогда расскажите более подробно те детали, которые остались за кадром камеры по ходу съемок. Что вас... Что вас привело именно в Дом Москвы, ведь полно других арендаторов в других зданиях, и все они занимаются юридическими услугами, но вы пошли почему-то в Дом Москвы? Вот что было той каплей, которая заставила вас именно это решение принять?

Н. Бессонова: Александр Чичерин, он ходил по подъезду нашего дома, как я уже говорила. Он стучался и сказал, что он хочет купить у нас квартиру. Он дал мне визитку своей матери, что она является юристом Дома Москвы.

Ведущий: Юристом Дома Москвы? Так на визитке было написано?

Н. Бессонова: Юрисконсульт. Там фирма «Juglems», и там было написано «Дом Москвы». Адрес Марияс. И когда я пришла к ней, она очень радушно меня встретила. Узнав, что у меня трое детей, она даже спустилась в кафе, купила пирожные, булочки. Сказала, что вот я вот детям. Потом она вот, как я говорила, говорила, что вот здесь помогают соотечественникам, защищают русских людей.

В примере (11) вопрос интервьюера является «подсказкой», в каком направлении должно идти развитие диалога, причем данная подсказка выводится на основании прямой семантической связи с предшествующим ответом интервьюируемой.

Обычно тактика развития темы реализуется в интервью-портретах, где она способствует созданию непринужденной обстановки общения, в ходе которого возможно раскрытие личности собеседника при обоюдной направленности стратегий коммуникантов на сближение. В других типах интервью, как в нашем случае (интервью с очевидцем событий Н. Бессоновой), рассматриваемая тактика имеет иное назначение. Так, в информативном интервью, для которого характерен явный разрыв в знаниях у собеседников (ведущий не знает, Бессонова знает, как происходили события), тактика развития темы направлена на удовлетворение познавательной потребности и на ликвидацию или, по крайней мере, уменьшение разрыва в знаниях собеседников.

Часто используемым коммуникативным ходом, способствующим развитию темы и сближающим общение в статусно-ролевых рамках с личностным неофициальным общением, является подхват, который входит как частный случай в такое широкое коммуникативное явление как «диалогическая цитация». Реплики-подхваты означают использование реплик собеседника (или их фрагментов) в иных коммуникативных целях. Например:

(12) Ведущий: Ну хорошо. Может без юридических оценок. Но по-человечески жалко? По-христиански, если хотите?

Ю. Силов: По-человечески очень жалко.

Цитация, в общем, прямо связана с диалогическими (прагматическими) модальностями — согласия и несогласия (унисоном и диссонансом) и может быть вызвана такими параметрами воспроизводимой чужой речи, как истинность, обоснованность, уместность, адекватность, корректность и т.п. Использование тактики подхвата в институциональном речевом жанре интервью несколько отличается от случаев цитации, рассматриваемых Н. Д. Арутюновой в бытовом общении, где возврат реплики означает неприятие, отпор высказанной позиции собеседника — жизненной или коммуникативной [Арутюнова 1986].

(13) Ведущий: <...> Кто дающая рука?

Ю. Силов: Мы дающая рука.

В вышеприведенных примерах (12) и (13) ход, реализующий тактику развития темы, используемый интервьюером, представляет собой реплику-подхват, которая вызвана таким параметром чужой речи, как недостаточная ясность. В примерах (12) и (13) ход подхвата используется как эллиптическая конструкция, которая выполняет функцию «подсказки» относительно направления развития темы и интерпретируется интервьюируемым соответствующим образом, т. е. кооперативно, о чем свидетельствуют следующий за вопросом ответ, в котором интервьюируемый разясняет, развивает мысль, вызвавшую интерес журналиста.

Другим кооперативным ходом, направленным на развитие темы и способствующим прояснению позиции интервьюируемого по обсуждаемой проблеме, что, в свою очередь, способствует сближению с собеседником, является просьба интервьюера привести пример. Или, как в нашем случае, интервьюер приводит пример и просит согласиться с ним интервьюируемого:

(14) Ведущий: А вот я приду к вам и скажу: «Я русский Мамыкин Андрей Владимирович. Меня уволили с работы. Я соотечественник, дайте денег!» Поможете?

Ю. Силов: Э-э-э. Были такие моменты. Не скажу однозначно, поскольку слишком большая аудитория, но вы придете — мы поговорим. (Смеется.)

В данном примере (14) запрос о разяснении приводит к кооперативному развитию интеракции, однако тактика развития темы, содержащая пример ведущего, может быть потенциально конфликтной, что ведет к дистанцированию коммуникантов. Это подтверждает и другой пример, где наличие примера сопряжено с коммуникативным эффектом бумеранга, «возвратом» вопросам спрашивающему (15):

(15) Ведущий: То есть вы как бы отрещиваетесь от того, что та или иная фирма-арендатор делают с третьими лицами?

Ю. Силов: Ну вот находясь в этом здании, в вашем офисном центре, ходя по вашим коридорам я насчитал десятки фирм. TV5 программа имеет отношение к деятельности фирм на третьем, на четвертом, на пятом этаже?

(16) Ю. Силов: У нас, у нас 12 тысяч ветеранов. С ними работает социальная служба российского посольства на улице Пилс, которая знает, что очень добросовестно и самоотверженно, другого слова не подберу, относится к ветеранам Великой Отечественной войны.

Ведущий: Так же самоотверженно, как с госпожой Бесоной?

Ю. Силов: Я не хотел бы на этом частном примере недобросовестного отношения...

В примере (16) тактика интервьюера является ликоущемляющей, поскольку направлена на выяснение параллелей, где имидж говорящего уже не положительный. Ответ интервьюируемого по сути является отказом от ответа и использует более гибкую тактику — уклонения от ответа. Это объясняется тем, что, согласившись на интервью, т.е. согласившись быть одной из сторон дискурса интервью с его конвенциональными правилами, интервьюируемый берет на себя обязательства подчиниться этим правилам, выполнять их по отношению к другой стороне интеракции или, как минимум, поддерживать внешний вид выполнения этих правил.

Тактика развития темы может свидетельствовать о недостаточной кооперации интервьюируемого при ответе на иницирующий вопрос, что свидетельствует о реализации стратегии дистанцирования.

(17) Ю. Силов: Я хотел сказать о том внимании и о том уважении, которое в каждом сердце каждого из рижан. Будем так говорить. А о том, что там делает Дом Москвы, ну я могу рассказать в следующий раз.

Ведущий: А в этот раз?

Ю. Силов: А в этот раз у нас совсем другая тема. Мы говорим о наших арендаторах.

Приведенный выше пример (17) демонстрирует применение тактики некооперативного развития темы. В (17) вопрос журналиста вызван неудовлетворенностью ответом на иницирующий вопрос, который мог быть неточно интерпретирован интервьюируемым. Использование дискурсивной частицы «а» в начале вопроса свидетельствует о несоответствии информации, представленной в ответе, ожиданиям интервьюера [Jucker 1986], что характеризует ситуацию общения как конфликтную.

Подводя краткий итог вышесказанному, следует отметить, что разговорная тактика развития темы является наиболее часто используемой в ходе интервью с целью реализации дискурсивной стратегии сближения, поскольку характеризуется направленностью на собеседника, на раскрытие его как личности. Случаи некооперативного использования данной тактики немногочисленны и в основном характерны для проблемного интервью, в ходе которого возрастает вероятность использования коммуникативного хода «подсказка» неблагоприятным для собеседника образом.

2.2.1.3. Реализация тактики переформулировки в жанре телевизионного интервью

В большинстве случаев интервьюер прибегает к использованию тактики переформулировки тогда, когда необходимо некоторое прояснение предыдущего ответа собеседника с помощью хода, который предлагаем обозначить как уточнение импликации.

(18) Голос по телефону: <...> Раньше вот я в собес приходила, вот как говорят, как в родной дом. Поговорить, потом...

Ведущий: Собес — это отдел социальной помощи при посольстве, вы имеете в виду, вероятно?

Голос по телефону: Да, да.

В примере (18) реплика позвонившей в эфир зрительницы есть ответ на иницирующий вопрос интервьюера о том, где ей оказывали социальную помощь, он является кооперативным. Однако журналист считает необходимым скорректировать этот ответ относительно другого важного учреждения посольства России, более узнаваемого общественностью — социальная служба при консульском отделе Посольства России. Это сделано для более точного понимания основной мысли интервьюируемой. Подобная переформулировка ответа на основе общих фоновых знаний расценивается собеседником как кооперативная.

Нередко индексом тактики переформулировки является дискурсивная частица «таким образом» или «то есть», которая сигнализирует о начале процесса инференции.

Следующий ход, реализующий общую тактику переформулировки и сигнализирующий о кооперативном развитии интеракции, обозначим как кооперативное завершение (*collaborative completion*), который был выделен и применен к изучению разговорного диалога, что свидетельствует о сближении журналистского интервью с интерактивными моделями прототипической формы дискурса. Суть выделяемого хода заключается в способности журналиста предугадать ход мыслей интервьюируемого. Данный ход демонстрирует наиболее тесную связь между ответом интервьюируемого и следующей за ним репликой журналиста, которая выражается в оформлении слов интервьюера как логического и грамматического завершения мысли собеседника.

(19) Н. Бессонова: Она говорила, что не волнуйся, все будет хорошо. Она даже апеллировала на то, что мы люди верующие, что вот мы даже в церковь ходим. Мы даже с Александром заходили в церковь Александра Невского.

Ведущий: Господин Силев — тоже верующий и почетную грамоту от митрополита получил. <...>

В представленных выше примерах реплика журналиста представляют собой результат интерпретации предыдущих высказываний интервьюируемых, является их семантическим и грамматическим продолжением. По нашим наблюдениям данный ход реализации тактики переформулировки в журналистском интервью является довольно редким явлением (о чем говорит и единственный данный (19) пример), т.к. успешное его осуществление пред-

полагает «вживание» в ход мыслей собеседника, максимально возможное приближение к опыту и переживаниям «другого», что представляется весьма затруднительным.

Распространенным коммуникативным ходом, посредством которого реализуется тактика переформулировки, является приведение журналистом собственного примера или сравнения, который, с одной стороны, является результатом интерпретации слов интервьюируемого и вывод на основе этого импликации, а с другой — способствует более точному и ясному представлению позиции собеседника по обсуждаемой проблеме. Кроме того, данный ход позволяет контролировать ход развития мысли интервьюируемого, что способствует своевременному устранению непонимания друг друга.

(20) Ведущий: Но может быть, вы можете высказать свое предположение или ответить вот на какой вопрос: почему допустим, Центр французской культуры при французском посольстве, вот сколько известно обществу журналистов, вот никогда не был связан с такими или похожими историями? Почему отдел культуры посольства Соединенных Штатов Америки ни разу не был вовлечен в такие вот истории? Но почему-то именно, скажем так, Дом Москвы вольно или невольно, против вашей воли или по молчаливому согласию, но вот ввязан вот в такие истории? Почему так случилось именно с Домом Москвы?

Ю. Силов: Не принимаю никоим образом участие Дома Москвы в этих грязных историях.
<...>

В примере (20) цель коммуникативной тактики журналиста заключается в пояснении точки зрения собеседника, для чего журналист приводит примеры об аналогичных Дому Москвы организациях, связанных с Посольством какого-то иностранного государства — Центром французской культуры при посольстве Франции в Риге или отделе прессы и культуры при посольстве США в Риге. Успешное применение данного хода в информативном интервью свидетельствует об основательной предварительной подготовке журналиста по обсуждаемой теме, что позволяет сократить асимметрию между коммуникативными ролями собеседников, вызванную энциклопедической доминацией интервьюируемого.

Напротив, 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. В данном случае данная тактика привела к нулевому результату, ибо на вопрос интервьюера интервьюируемый ответил использованием принципиально другой тактики — ухода от ответа и отрицания информации (об этом далее).

Интервьюируемый указывает на полное несоответствие (точнее, частичное соответствие) но не приведенным примерам, а самой постановке вопроса («Дом Москвы не связан с

грязными историями»), указание на некооперативную интерпретацию своих рассуждений происходит в достаточно жесткой манере, характерной чертой которой является только строгое утверждение и отсутствие смягчающих дискурсивных маркеров. Один из возможных сценариев в подобных случаях — возможность возникновения конфликта, вызванного нарушением максимы согласия.

В заключении необходимо отметить следующий факт. Несмотря на первоначальное определение тактики переформулировки как имеющей кооперативный характер, что находит подтверждение в многочисленных примерах, данная тактика может стать причиной конфликта в результате ошибочной интерпретации реплики собеседника. Однако подобные случаи не получают развития и носят имплицитный характер.

2.2.1.4. Реализация тактики «вызов» в жанре телевизионного интервью

Как уже отмечалось, данная тактика заключается в выводе импликаций из слов интервьюируемого таким образом, чтобы спровоцировать его ответную реакцию, содержащую опровержение или указание на неверную интерпретацию своих слов, либо на признание существования несоответствия между высказанной мыслью и действительным положением дел. Интервьюер в данном случае не помогает прояснить точку зрения собеседника, а испытывает интервьюируемого, вынуждает его занять более четкую позицию по затронутой в ходе интервью проблеме.

Распространенным ходом реализации тактики «вызов» является указание одного из собеседников на существование расхождения между высказанным мнением и реальным положением дел. Данный ход является ликоущемляющим, угрожающим, таким образом, позитивному лицу интервьюируемого. Он заключается в двух коммуникативных шагах журналиста, рассчитанных на прогнозируемые реакции собеседника.

Нередко именно эта тактика осуществляется следующим образом: иницирующий вопрос журналиста направлен на выяснение позиции интервьюируемого по какой-то общественно значимой проблеме. Реакция интервьюируемого, содержащая отрицание подобной возможности, соответствует ожиданиям интервьюера, поскольку не противоречит распространенному негативному отношению общественности по тому или ному вопросу. И первый шаг журналиста внешне поддерживает интересы интервьюируемого, дает ему возможность самовыражения, позволяет отвечающему укрепить свое «позитивное лицо», выражая общественно одобряемое мнение.

Однако второй шаг журналиста производит эффект «холодного душа». На полученный ответ ставится другой вопрос на ту же тему, но кардинально другой межличностной окраской: в данном случае указывающий на расхождение высказанной позиции с дей-

ствительным положением дел. Подобная тактика интервьюера придает интервью конфликтный тон, подрывая созданный положительный имидж интервьюируемого. Необходимо отметить, что возможность успешного применения приема «ловушка» объясняется способностью интервьюера интерпретировать непосредственные высказывания интервьюируемого на фоне имеющихся знаний о его действиях в целом, а также на фоне событий действительности по ходу разворачивающегося взаимодействия.

В рассматриваемом нами случае данная тактика представлена невербально и ситуативно. Поэтому второй ход был осуществлен резкой сменой ситуации протекания речевого акта. А именно: после презентационной части, построенной как интервью-портрет героя и в положительном ключе была обрисована роль Дома Москвы в Риге; однако затем был показан сюжет об истории обращения семьи Бессоновых в Дом Москвы, а в студии появилась сама героиня со своими детьми. Это кардинальным образом изменило и выявленные в ходе первой беседы тактики героя и даже суть коммуникативной стратегии интервьюируемого. Кроме того, классическое интервью с этого момента превратилось в ток-шоу, поскольку появилось более, чем два коммуниканта.

Ход, реализующий тактику «вызов», также может быть направлен на выявление несоответствия между мнением, высказанным в ходе интервью с ранее выраженной позицией, т.е. непоследовательность в суждениях интервьюируемого.

(21) Ю. Сиров: <...> Еще раз повторяю, что да, Михаил Иоффе является нашим арендатором. Славный юрист, который занимается социальными вопросами. Он помогает нашим партизанам в Страсбурге. Наказывает всех тех недобросовестных, будем так говорить, или будем можем сказать вражеских... Все те юридические дела, которые были повернуты на наших славных ветеранов — вот это та компания, с кем мы работаем. Та юридическая компания, с кем мы работаем. Все остальное — это для меня совершенно новая юридическая страница, и предстоит самое серьезное разбирательство именно с нашим арендатором Михаилом Иоффе. <...> Что касается того, что вы тут так или иначе передергиваете, у меня, я сейчас подумал...

Ведущий: Почему передергиваю? Вопрос задал! Можете не отвечать. Можете сказать «нет комментариев».

Ю. Сиров: Да уж лучше отвечу. Да уж лучше отвечу. Я еще скажу о том, что nothing special... Да. Об этом мы отдельно эти ремарки сделаем. Так вот что касается того, что вы периодически стараетесь услышать от меня, что если у человека написано в визитке... Правда, я не видел визитки Чичерина, и стоит ли там его адрес пребывания «Дом Москвы» — это вопрос.

В вышеприведенном примере (21) создавшаяся речевая ситуация имплицитно размывает точку зрения интервьюируемого, высказанную им ранее, о возможном некорректной юридической консультации. Однако данная импликация завуалирована посредством введения неопределенного референта вроде изложения фактов и, таким образом, усыпляет бдительность интервьюируемого, который воспринимал услышанное как вопрос, не таящий угрозы его положительному имиджу.

Подобная реакция интервьюируемого позволяет журналисту произвести ликоущемляющий акт посредством экспликации несоответствия между ранее выраженными позициями и реальными фактами, что свидетельствует о гибком управлении ходом взаимодействия с учетом характера связи между репликами общим ходом течения дискуссии.

Самым частотным маркером тактики «вызов» является дискурсивная частица «но», реже «однако» («Но вы же только что сказали, что...» — распространенный ход), указывающие на существование противоречия между предшествующей репликой интервьюируемого и пропозицией, предъявляемой после дискурсивных маркеров в последующем ходе интервьюера.

Другим широко применяемым средством смягчения конфликтности при реализации тактики «вызов», используемым интервьюером, является использование вопросно-отрицательной конструкции для оформлений негативного вывода.

(22) Ведущий: Господин Силов, а вот «Дом Москвы» может чем-то помочь семье Бессоновых? (пауза) Господин Силов?

Ю. Силов: Я слушаю просто всю вот ситуацию, которая сложилась, делаю для себя выводы. Я еще раз сказал, что в понедельник мы встречаемся с Иоффе, это для меня единственный человек, кто представляет моих арендаторов. А с Михаилом мы разбираем эту ситуацию. Я свяжусь с Натальей. Обязательно свяжусь. Я думаю, мыотрегулируем этот вопрос.

Одним из используемых интервьюируемым ходов, который представляет собой реализацию рассматриваемой нами тактики «вызов», является ход поправка. Данный ход состоит в указании интервьюера на стилистические или каким-то другим образом неверное использование формулировок интервьюируемым, которые свидетельствуют о некооперативной интерпретации действий и слов собеседника.

(23) Ю. Силов: Я принимал президентшу Вайру Вику Фрейбергу в Доме Москвы.

Ведущий: «Президентшу» — вы называете ее? Главу латвийского государства?

Ю. Силов: Президента нашего. Президента нашего.

Ведущий: Извините, послышалось.

Ответ (23) интервьюируемого на иницирующий вопрос об отношениях Дома Москвы с властью Латвии, оценивается интервьюером как потенциально конфликтный, не способствующий сотрудничеству, ибо при декларативности уважения власти Латвии, интервьюер использовал стилически сниженное и маркированное как просторечное лексема «президентша», адресованное главе латвийского государства (1999-2007) Вайре Вике-Фрейберге. Об этом же свидетельствует и неверное употребление фамилии экс-президента («Викю Фрейбергу», что интервьюер предпочел не акцентрировать), поэтому он предпринимает попытку разрядить обстановку при помощи коммуникативного хода «самокоррекция», задав уточняющий вопрос интервьюируемому, а когда тот поправился, ведущий разрядил обстановку вторично, сказав, что ему «послышалось».

Следующий конфликтный ход интервьюируемого можно обозначить как сомнение в правомерности вопроса. Данный ход представляет собой лико-ущемляющий акт, т.к. ставит под сомнение компетентность журналиста в обсуждаемой проблеме, его осведомленность, достоверность источников информации.

(24) Ведущий: Господин Силов — это сюжет тоже укладывается в вашу концепцию гордости за советское прошлое и достижения на спортивных аренах СССР?

Ю. Силов: Это разные вещи. Поэтому... Посмотрев этот сюжет, единственное, что я могу сказать, что да, адвокат Иоффе Михаил арендует у нас помещения, его юридическая фирма.

В (24) интервьюируемый своим ответом выражает серьезные сомнения в обоснованности задаваемого интервьюером ему вопроса, чем угрожает его, журналиста, «позитивному лицу», обвиняя в надуманности проблемы. Этот ликоущемляющий акт далее усугубляется посредством приведения других данных (помещения для фирмы снимает не Ю. Силов, а другой человек, М. Иоффе) и доказывающих необоснованность иницирующего вопроса (гордость за СССР и обман многодетной матери — между собой не связанные вещи).

Таким образом, результаты анализа практического материала позволяют говорить о том, что разговорная тактика «вызов» и реализующие ее коммуникативные ходы характеризуют коммуникативное поведение участников как крайне конфликтное, направленное на дистанцирование. Особо важным является вывод о том, что к использованию данной тактики прибегает как интервьюер, так и интервьюируемый, что свидетельствует об активной роли обоих (или более, чем двух) коммуникантов в управлении ходом интеракции.

2.2.1.5. Реализация тактики уклонения от ответа в жанре телевизионного интервью

Как уже отмечалось, тактика уклонения рассматривается как диалогическая, в действительности представленная набором ходов, варьирующихся от незначительных уклонений от темы разговора, не нарушающих общей логики диалогического взаимодействия, до полного отказа от ответа, не закрывающего информационную лакуну вопросов и характеризующегося отсутствием положительного результата в реализации интенции коммуниканта, задающего вопрос.

Тактика уклонения и ходы ее реализации проявляются главным образом на материале бытового разговора, где коммуниканты менее ограничены в средствах выражения ответных реакций по сравнению с таким институциональным речевым жанром, как интервью.

Однако существуют случаи, когда интервьюируемый вынужден прибегать к использованию отказной тактики с целью нейтрализации негативных последствий ликоущемляющих вопросов интервьюера либо в связи с оценкой адресатом содержания вопроса как неадекватного, неуместного в данной прагматической ситуации. Реже семантическое несоответствие содержания ответа заданному вопросу может быть следствием неверной интерпретации иницирующей реплики интервьюера, что рассматривается как ненамеренное уклонение, а, следовательно, не имеющее стратегического назначения. Таким образом, в данном интервью наблюдается тенденция к сближению характера диалогического взаимодействия с интерактивными моделями разговорного диалога.

Наиболее часто встречаемым случаем реализации тактики уклонения от ответа является коммуникативный ход, который можно обозначить как отказ от предоставления информации. Данный ход чаще свидетельствует о нежелании интервьюируемого говорить на темы, связанные с его частной, порой интимной, стороной жизни, но в нашем случае он встречается в несвязанной с личной жизнью стороной, а в связи с боязнью прессы. Способы реализации этого хода варьируются от полного отказа до объяснения причин своего некооперативного поведения. Например:

(25) Голос Н. Чичериной по телефону: Я с вами готова встретиться, но я болею. Не могу сейчас говорить.

Голос Д. Смирнова: Но вы же сейчас в офисе, правильно, вы же не болеете, правильно? Вы в офисе?

Голос Н. Чичериной по телефону: Да, да.

Голос Д. Смирнова: То есть, наверное, у вас есть возможность встретиться с нами? Или давайте сейчас по телефону обсудим?

Голос Н. Чичериной по телефону: Я вам сказала, да?

Голос Д. Смирнова: Что? Я не понимаю, что вы мне сказали.

Голос Н. Чичериной по телефону: Я вам сказала, что сейчас говорить я не могу, я болею. Я в офисе, но я сейчас говорить не могу с вами.

В (25) реакция интервьюируемого на иницирующий вопрос журналиста является отказом от ответа, что не соответствует жанровым ожиданиям и, следовательно, требует от интервьюера привлечения дополнительных экстренных шагов с целью возобновления прерванного взаимодействия. В анализируемом примере психологические особенности протекания интеракции, заключающиеся в недоброжелательном настрое собеседника (Н. Чичерина) на беседу, определяют дальнейшее поведение интервьюера, а именно, использование коммуникативных ходов, направленных на выпытывание ответа. Выбор подобного стратегического поведения, однако, не находит кооперативного развития в репликах-реакциях интервьюируемого, что свидетельствует о том, что тема, поднятая журналистом, является неприятной для коммуниканта и не подлежит обсуждению в общественных кругах, о чем говорит даже отказ от предоставления информации.

В некоторых случаях, однако, настаивание интервьюера на получении прямого ответа может привести к положительным результатам:

(26) Ведущий: Василий пишет. Василий пишет с inbox.lv: «Скажите, пожалуйста, какая заработанная плата руководителя Дома Москвы?» Конец вопроса.

Ю. Силов: Ну, заработная плата руководителя Дома Москвы 900 латов.

Разновидностью данного хода является ход, который можно назвать как утаивание информации. Уклонение от ответа вызвано нежеланием интервьюируемого поддерживать разговор на данную тему. Использование этой тактики приводит к некооперативному развитию интеракции, к дистанцированию.

(27) Ведущий: Кстати, еще один вопрос пришел за эфиром: а можно ли жителям других городов рассчитывать на помощь от Дома Москвы — моральную или материальную, или это только рижане?

Ю. Силов: Спросите у жителей других городов.

Ведущий: А вы не знаете?

Ю. Силов: Я знаю прекрасно. Приезжайте в Даугавпилс, посмотрите на памятник.

Ведущий: Ну сейчас можете ответить?

Ю. Силов: Замечательного, замечательного градоначальника. Первый памятник, который за все время независимой Латвии был открыт русскому человеку. А имею в виду Анатолия Федоровича Дубровина. Памятник, который стоит в центре Даугавпилса, в его сквере как пример того, что Дом Москвы делает в других городах.

Как уже было отмечено ранее, использование отказной тактики интервьюируемым может быть вызвано желанием спасти свое «позитивное лицо». Но в примере (27) желание «спасти лицо» у интервьюируемого продиктовано общей дискомфортной для него ситуацией протекания речевого акта, а не заданными ведущим конкретными вопросами. В конце концов интервьюируемый не долго следует тактике утаивания информации и дает ответы на поставленные вопросы.

Итак, проведенный нами анализ примеров позволяет говорить об использовании тактики уклонения от ответа в ходе интервью, которая до настоящего времени активно изучалась в основном применительно к бытовому дискурсу. Использование данной тактики объясняется желанием интервьюируемого дистанцироваться от собеседника, что может быть вызвано как субъективными — нейтрализация негативных последствий ликоущемляющих вопросов интервьюера, неадекватность вопроса и др., так и объективными — время, место общения — причинами.

2.3. Реализация диктальной стратегии в жанре телевизионного интервью

2.3.1. Использование метаорганизаторов при реализации диктальной стратегии

На рассматриваемом нами примере можно проследить, как используются метаорганизаторы в жанре телеинтервью. Как отмечалось ранее, метаорганизаторы играют чрезвычайно важную роль в придании единой формы нередко противоречивому и многоплановому жанру интервью. Например,

1) метаорганизаторы, указывающие на порядок следования частей:

Мы же безо всякой цензуры в течение ближайшего часа о том, что такое помощь российским соотечественникам в Латвии XXI века, мы еще полчаса безо всякой цензуры о помощи российским соотечественникам в Латвии. По-прежнему гость в студии — это Юрий Силов, директор Дома Москвы, и семья Бессоновых, вернее, Наталья и двое ее детей, Виталик и Настя, российские соотечественники; ; Я благодарю вас, господин Силов, за то, что вы отвечали, может быть, не на самые легкие вопросы в своей жизни.

Сюда же могут быть отнесены метаорганизаторы *Итак, о чем расскажет «Вечер новостей», Сегодня пятница, а поэтому Харитона Фарбера в эти минуты в этой студии с анонсом «Криминальной Латвии» нет, После рекламы вас ждет, Итоговый выпуск «Криминальной Латвии» в воскресенье в семь часов вечера, а сразу после — программа*

моего коллеги Владислава Андреева «Семь новостей», которые вводятся в начале или середине передачи с последующим перечислением, событий в том порядке, в котором о них будет рассказано. Иногда порядок следования отдельных блоков может отличаться от порядка, в котором они были упомянуты в заголовках. Это делается в том случае, когда ведущий хочет акцентировать внимание зрителей на важности события, причем не только в рамках одной программы, но и для привлечения внимания к другим программам телеканала.

2) метаорганизаторы, которые представляют ведущих и канал, на котором идет передача. Их функция двойка, так как они еще сигнализируют о начале или завершении самой передачи. Чаще всего данные метаорганизаторы употребляются вместе с фразами этикетного типа:

Добрый вечер! Меня зовут Андрей Мамыкин...

3) метаорганизаторы, указывающие на начало и завершение программы. Данная функция может быть выражена эксплицитно:

Стал ли Дом Москвы очагом русской культуры, и какую помощь там оказывают — об этом прямо сейчас с директором Дома Москвы Юрием Силовым;

Я же прощаюсь до понедельника и говорю «Не выключайтесь!», потому что впереди программа «Вечер новостей».

Помимо самой распространенной вышеперечисленной группы в рассматриваемой нами программе встречаются также метаорганизаторы, подводящие к итогу рассуждений; поясняющие метаорганизаторы (*Как видите, несколько разные точки зрения;*), конструкции, указывающие на предупоманутую или общеизвестную информацию (*Напомню, что на прошлой неделе*); выделяющие наиболее значимые отрезки в тексте (*Теперь о главном событии*); а также связанные со спецификой телевизионного общения, — это такие текстовые конструкции, которые поясняют видеоряд, это могут быть фразы, используемые ведущим в случае неполадки с техникой или возникновения помех, фразы, произносимые при перерыве на рекламу и после нее, а также анонсы последующих передач.

Цель информационной речи ведущего состоит в том, чтобы помочь понять и усвоить, а это достижимо лишь при условии, что речь прозрачна и ясна, чему и способствуют метатекстовые конструкции. Метаорганизаторы, указывающие на линейную и формальную организацию речи, используются чаще всего с целью сегментации информации.

Кроме того, метатекст не только структурирует текст на уровне отдельных блоков, но и объединяет эти блоки в единый дискурс. Метаорганизаторы выполняют также роль информатора, т. е. реализуют диктальную стратегию, способствуя облегчению восприятия непрерывного потока информации и адекватному ее прочтению.

Как отмечалось ранее, в дискурсе ток-шоу не наблюдается единой тематической целостности, так как нередко сюжеты не связаны между собой по смыслу. Тем не менее, можно проследить смысловое единство в пределах одного тематического блока и, что немаловажно, выявить номинационный характер **тематических цепочек**.

Мы рассматриваем принципы реализации выделенных нами тактик с позиции прагматики, то есть теории речевого акта и коммуникативного хода, поскольку именно они являются одними из самых явных показателей преобладания той или иной тактики в дискурсе.

Вместе с развитием публицистики в латвийских СМИ как на латышском, так и на русском языке категория модальности становится более значимой. Передачи с преобладающей модальной стратегией строятся по принципу субъективного и объективного оценивания информации и рассматриваемый нами пример не является исключением. Здесь рассматриваются открытые способы выражения оценочности, производимые за счет экспрессивных средств субъективной модальности. Сюда входят лексические средства (экспрессивная лексика и фразеология); морфологические средства (усилительные частицы, эмоциональные междометия, вводные слова с эмоционально-оценочным содержанием); синтаксические средства (инверсия, субъективно-оценочные конструкции); собственно текстовые средства (повтор и другие стилистические фигуры).

Поскольку целью ток-шоу является не только информирование зрителей об основных аспектах ситуации, но и формирование определенных точек зрения по данному вопросу, в речи ведущего наблюдается большое разнообразие оценочной лексики и экспрессивных конструкций:

1. Прямая оценка явления через экспрессивную лексику и фразеологию:

Так же самоотверженно, как с госпожой Бессоновой?

2. Субъективно-оценочные конструкции:

На этом частном примере недобросовестного отношения не будем. Другой пример...;

Прошу вас. Забыли про зрителей. Вы в эфире.

3. Вводно-модальные конструкции:

Ну что ж, все-таки, хорошо..., и др.

5. Инверсия, инверсия + повтор:

...между Домом Москвы и соотечественниками, между соотечественниками и Домом Москвы

6. Ирония:

со своими визави по этому юридическому диалогу?;

А почему вот вы в итоге в договоре написали цену квартиры для будущего покупателя в два раза меньшую, чем на тот момент эта квартира стоила на рынке. Это был ваш ответный жест благотворительности?

7. Гипербола:

некоторые уезжали вообще хватаясь за голову.

8. Аппликация:

Некоторые бы сказали не в бровь, а в глаз вообще!

9. Метафора:

Мы там зрителей маринуем за эфиром

В рассматриваемом ток-шоу представлен репортаж. В речи репортера встречается еще большее количество образных сравнений и метафорических высказываний:

...матери помогают так, что она оказывается на улице...

Как отмечалось, в аналитических программах и ток-шоу, помимо тактики оценивания, в качестве основной можно выделить тактику саморепрезентации. Эта тактика способствует тому, что говорящему удастся оптимальным образом довести свою точку зрения до зрителей и вызвать у них понимание.

Кроме речевых ходов представления, согласия, благодарности и похвалы данная тактика находит свое выражение в различных способах применения «я-линии». «Я-линия» представляет собой ряд языковых средств, отражающих индивидуальность и личный опыт говорящего (события, явления, факты жизни и пр.) и представляющих в процессе коммуникаций позицию и оценку этого говорящего.

Традиционно организаторы «я-линии» делятся по двум основным признакам: по тематической направленности и по способу выражения.

По тематической направленности выделяют «я-линию», совпадающую с предметно-логической темой, и «я-линию», входящую в состав метатекста.

По способу выражения «я-линия» может быть выражена эксплицитно или имплицитно. Эксплицитно выраженная «я-линия» содержит «я-компонент» (личное местоимение первого лица единственного числа и его производные). Имплицитно выраженная «я-линия» опирается на неявные способы выражения точки зрения говорящего, при котором происходит оценка говорящим факта речи.

Предметно-логическая «я-линия» в исследуемом нами жанре проявляет себя, по большей части, в фактах оценивания того, о чем говорится в тексте.

В ток-шоу, помимо имплицитно выраженной «я-линии», находим примеры ее эксплицитного выражения:

Я все-таки хочу...; как мне кажется...; я хотел бы процитировать; а вот еще одно письмо; я очень рад, что Вы мне это сказали; когда я завершу программу; служба новостей TV5 обязательно будет следить...; я желаю вам нескучных выходных и др. («Без цензуры»).

Подводя итог, следует отметить, что создавая дискурс, оратор руководствовался планом, некоторые пункты которого были рассмотрены в данной работе. Используя приемы, наиболее подходящие в существующих условиях коммуникации, говорящий в лице ведущего достигает максимального воздействия на реципиента и, следовательно, удачно проводит коммуникацию.

2.4. Реализация фреймовой структуры в жанре телевизионного интервью

Здесь и далее мы рассмотрим реализацию фреймовой структуры речевого жанра интервью по принципу: «блок»-«фрейм»-«слот» на примере некоторых минимальных диалогических единиц (МДЕ) программы «Без цензуры» на TV5 (Латвия) от 23.01.2010. с учетом жанровой отнесенности.

МДЕ 1 Интервью с профессионалом

Прошлое/Профессиональная деятельность/Восприятие и оценка прошлого

(1) Ведущий	Ю. Силов
Ну сейчас можете ответить?	Замечательного, замечательного градоначальника. Первый памятник, который за все время независимой Латвии был открыт русскому человеку. А имею в виду Анатолия Федоровича Дубровина. Памятник, который стоит в центре Даугавпилса, в его сквере как пример того, что Дом Москвы делает в других городах. Лиепая...

Данный пример (1) иллюстрирует когнитивную обусловленность интервью с профессионалом в блоке прошлого и соответствующем фрейме итогов профессиональной деятельности (открытие памятника в Даугавпилсе).

МДЕ 2 Интервью с профессионалом

Настоящее/Профессия/Специфика профессии

(2) Н. Бессонова	Ю. Силов
«Дом Москвы» там написано.	Да, Дом Москвы. Телефон. Я имею в виду вот юридический адрес. Так вот у меня с орлами, с гербом Российской Федерации визиток не знаю, двести, триста визитница. Это не говорит о том, что это люди администрации президента и что это люди, имеющие отношение к МИДу.

Данный пример (2) являет в жанре телеинтервью раскрытие специфики работы профессионала — руководителя учреждения. Наличие деловых встреч, получения визитных карточек в больших количествах — свидетельства большого количества контактов с представителями российского истеблишмента (русские гербы на визитных карточках).

МДЕ 3 Интервью с профессионалом

Настоящее/Прогнозирование будущего/Совет

(3) Ведущий	Ю. Силов
Можете ответить Таисии? Какая помощь за Дом Москвы? В ее вот случае — и с мужем, и сама вот...	Ну в этом случае нужно, конечно, обратиться в отдел социального обеспечения, о чем мы с вами говорили. А еще лучше пригласить в самом деле замечательного, доброго очень профессионального специалиста, руководителя этой службы Чишкова Сергея Акимовича. Мне кажется, тема для разговоров есть.

Общий дискурс данной программы являет гостя в студии Ю. Силова как профессионала. Пример (3) показывает, как говорящий проецирует возможные события в будущем, исходя из наличия у него профессиональных знаний в представляемой сфере («сходите в собес посольства — вам там помогут»).

МДЕ 4 Интервью с личностью

Прошлое/Самоощущение/Отношение к окружающей действительности

Ведущий	Ю. Силов
Хорошо?	Хотя я состоявшийся человек, я говорю, что хорошо. Может быть, потому что я тогда был молодой. И мы достаточно романтично смотрели на все. Но то образование, которое мы получили, то здравоохранение, которое было, те возможности для нас — вот я профессионально занимался спортом — сейчас несопоставимы.
Помните цитату из культового некогда фильма...	Мы гордились! Мы гордились нашей страной!

Данный пример (4) — это классический пример интервью с личностью. А блок «Прошлое» ярким примером отношения говорящего к событиям советской эпохи в его жизни, которое окрашено на оценочной оси говорящего «хорошо»-«плохо» в положительных коннотациях.

МДЕ 5 Интервью с участником события

Прошлое/Место события/Ход события и его обстоятельства

Ведущий	Голос по телефону
(1) Как вы думаете, своей ли смертью она умерла, или помогли? Уж извините за такой вопрос?	Она еще жива. Брат умерши.
(2) А брату?	Brālim bija barības vada plīsums.
(3) Разрыв пищевода, сказала Марите.	Да.
(4) Обращались ли вы за помощью к каким-то другим юристам? Может, вы могли бы...	У меня есть свой юрист. Юрист... Мы всем делом занимаемся уже с 2005 года.

Данный пример (5) представляет собой МДЕ интервью с очевидцем. С позиций настоящего говорящий восстанавливает картину прошлого — смерть брата, причину, обращение к помощи юристов.

МДЕ 6 Интервью с участником события

Прошлое/Личное участие в событии/Впечатления

(3) Ю. Силов	Голос по телефону
На улице Пилс?	Теперь он на Пилс. Я еще ходила когда. Ну он долго болел. У него был остеомиелит. Осколки у него в бедре были. И я за ним ходила до конца. Он очень тяжело болел. И я пришла в собес теперешний, там даже меня... Кто-то там был, я просила начальника. Вышли в коридор, и в коридоре он выслушал меня. Я рассказала, что мы 59 лет прожили вместе. Я за ним смотрела. Ну тяжелый человек был, глухой и слепой. Даже вот ему была положена путевка с сопровождением. Еще при жизни, когда уже ему оставалось мало жить, попросили путевку в санаторий И получили отказ. Потому что нет путевок. Я пошла...

Данный пример (6) является собой МДЕ интервью с участником события. В роли интервьюера выступает гость в Студии Силов, а позвонившая в эфир женщина — в роли очевидца.

Обобщим. До демонстрации сюжета про случай Бессоновой в Доме Москвы диалог ведущего с Ю. Силовым представлял собой классический вариант интервью с профессионалом (руководителем Дома Москвы) с элементами интервью с личностью с наличием всех когнитивно обусловленных фреймов для данных жанров. После того, как в студии появилась Бессонова диалогический дискурс сместился в сторону интервью с участником события, но также с элементами интервью с профессионалом. На временной оси стал доминировать блок «прошлое» — с целью восстановления цепочки событий, с элементами блока «Будущее» — прогнозы в случае повторения гипотетической ситуации в будущем и т. д.

Выводы

Проведенный анализ практического материала показал:

1. реальность и значимость коммуникативных стратегий в жанре телевизионного интервью, а также их вариативность, позволяющую автору-ведущему выполнять определенные коммуникативные функции, коррелирующие с речевыми тактиками:

- задавать вопросы;
- делать замечания;
- направлять разговор в рамки необходимой темы;
- следить, чтобы смысл сообщения был разъяснен с предельной ясностью.

2. Анализ также выявил нетождественность понятий «телевизионное интервью» — «классическое» интервью. Телевизионное интервью вобрало в себя черты жанра интервью с личностью, интервью с профессионалом, интервью с очевидцем события, а также жанра ток-шоу.

3. Использование метаорганизаторов диктальной стратегии позволяют ведущему удерживать тематическое и дискурсионное единство программы, а участникам дискуссии (коммуникантам дискурса) — используя различные коммуникативные тактики достигать поставленных прагматических целей.

4. Анализ конверсационных тактик (тактика смены темы, тактика развития темы, тактика переформулировки, тактика «вызов» и тактика уклонения от ответа) выявляет их потенциальную возможность способствовать достижению главной цели: сближению или дистанцированию коммуникантов. Совпадение коммуникативных целей интервьюера и интервьюируемого приводит к кооперативному развитию интеракции, тогда как расхождения в преследуемых целях приводят к конфликту, который, однако, носит кратковременный характер в институциональном дискурсе интервью и разрешается с помощью гибких коммуникативных ходов.

5. Важным моментом нашего исследования является вывод об активной роли обоих участников интервью в стратегическом управлении интеракции.

6. Анализ материала в когнитивном аспекте показал многообразие реальных фреймовых структур в ткани дискурса.

Заключение

Рассмотрение телевизионного интервью в коммуникативном и когнитивном аспектах выявило интердискурсивную сущность жанра, объективировало возможность и правомерность отнесения этого жанра к сложному коммуникативному событию, в основе которого лежат интерактивные механизмы.

Являясь диалогическим дискурсом, жанр телеинтервью обнаруживает существенное сходство с прототипической формой коммуникации — разговорным диалогом, что подтверждает анализ соответствующих дефиниций. Данный факт позволяет рассматривать телевизионное интервью как одну из разновидностей естественной формы общения.

Наиболее полное описание особенностей функционирования телевизионного интервью как интерактивный феномен получает с позиции концепции коммуникативного поведения. Параметры коммуникативного события накладывают определенные ограничения на характер и линию поведения коммуникантов, это выражается в использовании определенного речевого жанра — комплексного речевого жанра телеинтервью. При выборе того или иного направления коммуникативного поведения, единицами которого являются стратегии и тактики, необходим учет общих интерактивных ограничений, обусловленных социальной ситуацией. Иными словами, жанр телевизионного интервью является средством формализации социального взаимодействия. Описание характера стратегического взаимодействия участников журналистского интервью приближает нас к сущности диалогической формы общения в целом.

Анализ связи между типом диалога и его конкретным интерактивным воплощением позволяет определить телевизионное интервью и как комплексный диалогический дискурс.

Диалогический дискурс интервью обнаруживает ряд конверсационных тактик, посредством которых осуществляется реализация основных стратегий партнеров по общению, как в рамках глобальной коммуникативной задачи, так и на конкретном этапе общения.

Использованный в работе когнитивный подход к исследованию телевизионного интервью является, на наш взгляд, адекватным и перспективным в диалогическом типе дискурса. На его основе можно построить рассмотрение различных типов дискурса институционального характера, которые, в отличие от разговорного (лично-ориентированного) диалога, находятся на начальной стадии исследования. Можно предположить выявление областей пересечения данных типов дискурса с базовой моделью коммуникации, с одной стороны, а также выявление различных трансформаций параметров, определяющих модель диалога, с другой.

Представляется, что на основе выработанного подхода и полученных результатов целесообразно проводить дальнейшую работу в нескольких направлениях. Во-первых, целесообразно провести расширенный анализ степени проявления институциональности в устных и письменных формах интервью, применяя как когнитивные, так и коммуникативно-прагматические методы исследования. Во-вторых, необходимо установить зависимость между степенью подготовленности/спонтанности интервью и направлением стратегического развития взаимодействия коммуникантов в телеинтервью в современных условиях в Латвии. В-третьих, аналогичное исследование может быть проведено и на материале латышского языка, что позволило бы сравнить особенности функционирования этого коммуникативного события в разных социокультурных обществах и найти общие точки сопрокошения и взаимного речевого и дискурсионного влияния, учитывая ситуацию реального билингвизма в Латвии. Сравнительные исследования подобного плана имеют особую значимость, поскольку дают возможность делать выводы об общих и специфических особенностях мышления разных лингвистических групп Латвии, проявляющихся в формах коммуникативного взаимодействия.

Список использованной литературы

Антропологическая лингвистика: Концепты. Категории. / Коллективная монография под ред. Ю.М. Малиновича. — Москва — Иркутск: ИГЛУ, 2003.-251 с.

Арутюнова Н. Д. *Диалогические цитации: (проблема чужой речи)* / Н.Д. Арутюнова // Вопросы языкознания. — 1986. — № 1. — С. 50 — 64.

Арутюнова Н. Д. *Дискурс* // Лингвистический энциклопедический словарь.- М., 1990.- С.136.

Арутюнова Н. Д. *Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт.* / Н.Д. Арутюнова. — М.: Наука, 1988.-341 с.

Арутюнова Н. Д. *Жанры общения* / Н.Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. — М.: Наука, 1992.— С . 52-56.

Арутюнова Н. Д. *Язык и мир человека* / Н.Д. Арутюнова. — М.: Языки русской культуры, 1999. — 896 с.

Атватер И. *Я Вас слушаю: Советы руководителю, как правильно слушать собеседника* / И. Атватер. — М.: Экономика, 1988. — 110 с.

Баранов А. Г. *Функционально-прагматическая концепция текста* // Баранов А. Г. — Краснодар, 1993

Баранов А. Н. *Иллокутивное вынуждение в структуре диалога* / А.Н. Баранов, Г.Е. Крейдлин // Вопросы языкознания. — 1992. — №2. — С. 84 -99.

Баранов А. Н. *Введение в прикладную лингвистику* // Баранов А. Н. — М.: Эдиториал УРСС, 2001

Баранов А. Н., Иванова Е. А. *Лексические показатели минимальных диалогов (элементы типологии)* // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология, 1999. — № 1. С. 76-87.

Бахтин М. М. *Проблемы поэтики Достоевского* / М.М. Бахтин. — М.: Сов. Россия, 1972.-320 с.

Бахтин М. М. *Эстетика словесного творчества* / М.М. Бахтин. — М.: Искусство, 1986. — 444 с.

Бахтин М. М. *Работы 20-х годов* / М.М. Бахтин. — Киев: «Next», 1994. — 384 с.

Белл Р. Т. *Социолингвистика. Цели, методы, проблемы* / Р.Т. Белл. — М.: Международные отношения, 1980. — 318 с.

Беркли-Ален М. *Забываемое искусство слушать.* / А. Беркли-Ален. — М.: Наука, 1997.-187 с.

Библер В. С. *Мышление как творчество. (Введение в логику мысленного диалога)* / В.С. Библер. — М.: Политиздат, 1975. — 399 с.

Блакар Р. М. *Язык как инструмент социальной власти* / Р.М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. — М.: Прогресс, 1987. — С. 88-125.

Богданов В. В. *Молчание как нулевой речевой акт и его роль в вербальной коммуникации* /В.В. Богданов // Языковое общение и его

единицы. — Калинин: КГУ, 1986. — С. 12 — 18.

Богданов В. В. *Коммуникативная компетенция и коммуникативное лидерство* / В.В. Богданов // Язык, дискурс и личность: Межвуз. сб. науч. тр. — Тверь: ТГУ, 1990. — С. 26 -31.

Богин Г. И. *Речевой жанр как средство индивидуализации* / Г.И. Богин // Жанры речи. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ "Колледж", 1997. — Вып. 1. - С. 10-22.

Борисова И. Н. *Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге* / И.Н. Борисова // Русская разговорная речь как явление городской культуры. — Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 1996. — С. 21 -48.

Борисова И. Н. *Русский разговорный диалог: структура и динамика* / И.Н. Борисова. — Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 20016. — 196 с.

Бринкман Р. *Гений общения* / Р. Бринкман, Р. Кершер. — СПб.: Петрополис, 1996.-217 с.

Бубер М. *Два образа веры* / М. Бубер. — М.: Республика, 1995. — 464 с.

Вакурова Н. В., Московкин Л. И. *Типология жанров современной экранной продукции*. М., 1998. — 342 с.

Вартанов А. С. *Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках*. М., 2003. — 254 с.

Вежбицка А. *Речевые жанры* / А. Вежбицка // Жанры речи. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. — Вып. 1. — С. 99 — 112.

Верещагин Е.М. *Речевые тактики «призыва к откровенности»* / Е.М.

Верещагин Р., Ратмайр, Т. Ройтер // Вопросы языкознания. — 1992. — № 6. -С. 82-94.

Виноградов В. В. *Избранные труды. О языке художественной прозы* /

В.В. Виноградов. — М.: Наука, 1993. — 358 с.

Винокур Т. Г. *Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения* /

Т. Г. Винокур. — М.: Наука, 1993. — 171 с.

Вохрышева Е. В. *Коммуникативные стратегии диалогического*

взаимодействия в новоанглийском языке: Дис. ... д-ра филол. наук:

10.02.04 / С.-Петербургский гос. ун-т. — СПб, 2001.-473 с.

Вьюник В. А., Тишунин В. Н. *Информация как газетный жанр.* М., 1999. — 87 с.

Гадамер Х.-Г. *Истина и метод. Основы философской герменевтики* / Х.-

Г. Гадамер. -М.: Прогресс, 1988. — 704 с.

Гайда Ст. *Проблемы жанра* / Ст. Гайда // *Функциональная стилистика:*

Теория стилей и их языковая организация. — Пермь: ПТУ, 1986. — С. 11 — 24.

Гак В. Г. *Структура диалогической речи* / В.Г. Гак // *Русский язык за*

рубежом. — М.: Прогресс, 1970. — С. 21 — 34.

Гамперц Дж. *Типы языковых обществ* / Дж. Гамперц // *Новое в*

лингвистике. — М.: Прогресс, 1975. — Вып. 7: Социоллингвистика. — С. 182 – 199.

- Гаспаров Б. М.** *Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования* / Б.М. Гаспаров. — М.: Новое литературное обозрение, 1996.-352 с.
- Голанова Е. И.** *Устный публицистический диалог: Жанр интервью* / Е.И. Голанова // *Русский язык конца XX столетия.* - М.: Наука, 1996. -462 с.
- Головахо Е. И.** *Структура групповой деятельности: Социально-психологический анализ* / Е.И. Головахо. — Киев: Вища школа, 1979. -- 138 с.
- Гольдин В. Е.** *Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи* / В. Е. Гольдин // *Жанры речи.* — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. -Вып. 1. -С. 23-34.
- Гольдин В. Е.** *Жанровая организация речи в аспекте социальных взаимодействий* / В.Е. Гольдин, О.Н. Дубровская // *Жанры речи.* - Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. — Вып. 3. — С. 5 — 18.
- Горбаневский М. В.** *Язык конфликта* / М.В. Горбаневский. — ГЛЭДИС, 2002. — <http://www.expertizy.narod.ru/magazine.htm>
- Готлиб Н. В.** *Типы социальной ситуации и «право» говорящего на антисоциальное речевое поведение* / Н.В. Готлиб // *Язык в эпоху знаковой культуры. Тезисы докладов междунар. научн. конфр.* — Иркутск: ИГПИИЯ, 1996.-С. 31-33.
- Грайс Г. П.** *Логика и речевое общение* / Г.П. Грайс // *Новое в зарубежной лингвистике.* —

М.: Прогресс, 1985. — Вып. 16: Лингвистическая прагматика. — С. 217 — 237.

Громова О. Н. *Конфликтология* / О.Н. Громова. — М.: Прогресс, 1998. - 281с.

Дейк Т. А. ван. *Стратегии понимания связного текста* / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1988. — Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. — С. 153 — 212.

Дейк Т. А. ван. *Язык, познание, коммуникация* / Т.А. ван Дейк. — М.: Прогресс, 1989.-312 с.

Дементьев В. В. *Жанры фатического общения* / В.В. Дементьев // Дом бытия. — Саратов: "Колледж", 1995. — Вып. 2: Язык — мир — человек. - С. 7-14.

Дементьев В. В. *Изучение речевых жанров: Обзор работ в современной русистике* / В.В. Дементьев // Вопросы языкознания. — 1997. — №1. - С. 109-121.

Дементьев В. В. *Коммуникативная генеристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия* / В.В. Дементьев // Жанры речи. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. — Вып. 3. -С. 18-40.

Дементьев В. В. *Социопрагматический аспект теории речевых жанров* / В.В. Дементьев, и К. Ф. Седов. — Саратов: «Колледж», 1998. — 123 с.

Демьянков В. З. *Интерпретация текста и стратегемы поведения* / В.З.

Демьянков // Семантика языковых единиц и текста (лингвистические и психолингвистические исследования). — М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1979.-С. 17-22.

Демьянков В. З. *Конвенции, правила и стратегии общения*

(интерпретирующий подход к аргументации) /В. З. Демьянков //Известия АН СССР. Серия литературы и языка. — 1982. — Т. 41. — № 1. — С. 327 - 337.

Демьянков В. З. *Когнитивная лингвистика как разновидность*

интерпретирующего подхода / В.З. Демьянков // Вопросы языкознания. - 1994.-№6.-С. 17-24.

Демьянков В. З. *Доминирующие лингвистические теории в конце XX*

века/ В.З. Демьянков, Ю.С. Степанов //Язык и наука конца 20 века. — М.: Рос. гос. гум. ун-т, 1995. — С. 239 — 320.

Диалог: теоретические проблемы и методы исследования: Сб. научно-

аналитических обзоров / Отв. ред. Н.А. Безменова. — М.: Наука, 1991. - 217 с.

Долинин К. А. *Речевые жанры как средство организации социального*

взаимодействия / К.А. Долинин // Жанры речи. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. — Вып. 2. — С. 27 — 36.

Дридзе Т. М. *Язык и социальная психология: Учебное пособие для*

факультетов журналистики и филологических факультетов ун-тов / Т.М. Дридзе. — М: Высшая школа, 1980. — 224 с.

Дубровская О. Н. *Сложные речевые события и речевые жанры* / О. Н.

Дубровская // *Жанры речи*. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. - Вып. 2. - С. 97-102.

Ермакова О. Н. *К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного русского диалога)* / О.Н. Ермакова, Е.А. Земская // *Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект*. — М.: Наука, 1993. — С. 30 — 62.

Жанры радиожурналистики: интервью//www.vlazrum.ru

Жинкин Н. И. *Речь как проводник информации* / Н.И. Жинкин. — М.: Наука, 1982.-159 с.

Залевская А. А. *Понимание текста: Психолингвистический подход* / А.А. Залевская. — Калинин: КГУ, 1988. — 95 с.

Звегинцев В. А. *Социальное и лингвистическое в социолингвистике* / В.А. Звегинцев // *Известия АН СССР. Серия литературы и языка*. — 1982. — Т. 41. - №3. - С. 250-258.

Зверева В. *Истории, рассказанные для всех* // *Kinoart*, — 2005.- № 10. — с. 12-15.

Земская Е. А. *Городская устная речь и задачи ее изучения* / Е.А. Земская // *Разновидности городской устной речи*. — М.: Наука, 1988. — С. 7 — 18.

Ивин А. А. *Основы теории аргументации* / А. А. Ивин. — М.: Гуманитарный издательский центр «ВЛАДОС», 1997. — 349 с.

Иссерс О. С. *Коммуникативные стратегии и тактики устной речи* / О.С.

Иссерс. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 284 с.

Йотов Ц.О. *О строении устно-разговорного дискурса и типологии его форм* // Праг-

матический аспект исследования языка. Труды по русской и славянской филологии.

Лингвистика. Новая серия. II. Тарту, 1999. С. 45-57.

Каган М. С. *Философская теория ценности* / М.С. Каган. — СПб.:

Петрополис, 1997.-205 с.

Карасик В. И. *О типах дискурса* / В.И. Карасик // *Языковая личность:*

институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. — Волгоград:

Перемена, 2000. — С. 5 — 20.

Карасик В. И. *Язык социального статуса* / В.И. Карасик. — М.: ИТДГК

«Гнозис», 2002. — 333 с.

Карасик В. И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс* / В.И.

Карасик. — М.: Гнозис, 2004. — 390 с.

Караулов Ю. Н. *О состоянии современного русского языка* / Ю.Н.

Караулов // *Русская речь*. — 2001. — № 3. — С. 25-30.

Кибрик А. А. *О некоторых видах знаний в модели естественного диалога* // *Вопросы*

языкознания. 1991. -№ 1. С. 61-68

Кибрик А. А. *Когнитивные исследования по дискурсу* / А.А. Кибрик //

Вопросы языкознания. — 1994. -№ 5. — С. 126 — 139.

Китайгородская М. В. *Речь москвичей: коммуникативно-культурологический аспект* / М. В. Китайгородская, Н.Н. Розанова. — М.: Прогресс, 1999.-219 с.

Кобозева И. М. *«Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности* / И. М. Кобозева // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1986. — Вып. 17: Теория речевых актов. - С. 7-21.

Ковалев В. И. *Мотивы поведения и деятельности* / В.И. Ковалев. — М.: Наука, 1988.-192 с.

Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д. *Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением конца XX века.* Спб., 2001. — 608 с.

Крысин Л. П. *Речевое общение и социальные роли говорящих* / Л.П. Крысин // Социально-лингвистические исследования. — М.: Наука, 1976. — С. 42-52.

Крысин Л. П. *Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка* / Л.П. Крысин. — М.: Наука, 1989. — 188 с.

Кубрякова Е. С. *Начальные этапы становления когнитивизма:*

Лингвистика — психология — когнитивная наука / Е.С. Кубрякова // Вопросы языкознания. — 1994. — № 4. — С. 34 — 47.

Кубрякова Е. С. *Части речи с когнитивной точки зрения* / Е.С. Кубрякова. - М.: Ин-т языкознания РАН, 1997. — 327 с.

Кучинский Г. М. *Диалог и мышление* //Кучинский Г. М. — Минск: Изд. БГУ, 1983

Лабов У. *Исследования языка в его социальном контексте* / У. Лабов // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1975. — Вып. 7: Социоллингвистика. — С. 96 — 181.

Лабов У. *Единство социоллингвистики* / У. Лабов // Социально-лингвистические исследования. — М.: Наука, 1976. — С. 5 — 30.

Леонтьев А. А. *Психология общения* / А.А. Леонтьев. — Тарту: Тарт. гос. ун-т, 1974.-218 с.

Леонтьев А. А. *Деятельность и общение* / А.А. Леонтьев // Вопросы философии. — 1979. — № 1. — С. 121 — 132.

Ломов Б. Ф. *Методологические и теоретические проблемы психологии* / Б. Ф. Ломов. — М.: Наука, 1984. — 444 с.

Лосев А. Ф. *Знак. Символ. Миф: Труды по языкознанию* / А. Ф. Лосев. - М.: Моск. ун-т, 1982. — 486 с.

Макар Ю. Л. *Конфликт — это нормально. Эффективное решение конфликтов* / Л. М. Макар. — М., 1997. — <http://psyfactor.org/conflict2.htm>

Макаров М. Л. *Проблемы структуры дискурса*. Вестник Тверского государственного университета. N1, Тверь, 2005. — Серия: Филология. Вып. 2: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — С. 80-96.

Макаров М. Л. *Коммуникативная структура текста* / М. Л. Макаров. - Тверь: ТГУ, 1990.-235 с.

Макаров М. Л. *Интерпретативный анализ дискурса в малой группе* / М. Л. Макаров. — Тверь: ТГУ, 1998. — 200 с.

Макаров М. Л. *Основы теории дискурса* / М.Л. Макаров. — М.: ИТДГК

«Гнозис», 2003.-280 с.

Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. *Психология телевизионной коммуникации*. М., 2000. -338 с.

Мелибруд Е. Я — *Ты — Мы* / Е. Мелибруд. — М.: Наука, 1986. — 255 с.

Менг К. *Проблема анализа диалогического общения* / К. Менг // Текст как психологическая реальность. — М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1982. - С. 14-18.

Минский М. *Фреймы для представления знаний* // М.: Энергия, 1979

Михальская А. К. *Русский Сократ: лекции по сравнительно-исторической риторике* / А.К. Михальская. — М.: Издат. центр «Academia», 1996. - 189 с.

Могилевская Э. *Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования* // RELGA. — 2006.- № 15. — С. 23-28.

Муратов С. А. *Диалог: Телевиз. общение в кадре и за кадром*. — М.: Искусство, 1983. — 159 с.

Наер В. Л. *О социальном и личностном статусе адресата в художественном тексте* / В.Л. Наер // Сб. науч. тр. МГЛУ. — М.: МГЛУ, 1991.-Вып. 376.-С. 4-9.

Немищенко Г. П. *К проблеме функциональной дифференциации*

этнического языка / Г.П. Немищенко // Русский язык сегодня: Сб. ст. — М.: Азбуковник, 2000. — Вып. 1. — С. 208 — 220.

Николаева Т. Н. *О принципе «некооперации» и/или категориях социолингвистического воздействия* / Т.Н. Николаева // Логический анализ языка. Противоречивость и аномальность текста. — М.: Наука, 1990.-С. 225-235.

Обозов Н. Н. *О трехкомпонентной структуре межличностного взаимодействия* / Н.Н. Обозов // Психология межличностного познания. - М.: Прогресс, 1981.-С. 80-92.

Обуховский К. *Психология включений* / К. Обуховский. — М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 1972. — 247 с.

Основы радиожурналистики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. 264с.

Остин Дж.Л. *Слово как действие* / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1986. — Вып. 17: Теория речевых актов. — С. 151-168.

Панкратов В. Н. *Манипуляции в общении и их нейтрализация* / В.Н. Панкратов. — М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2000. — 208 с.

Парфенов Л., Чекалова Е. *Нам возвращают наш портрет: заметки о телевидении.* — М.: Искусство, 1990. — 207с., [8] л. ил.

Парыгин Б. Д. *Основы социально-психологической теории* / Б.Д. Парыгин. — М.: Наука, 1971.-351с.

Петренко В. Ф. *Проблемы эффективного речевого воздействия в аспекте психолингвистики* / В.Ф. Петренко // Оптимизация речевого воздействия. — М.: Наука, 1990. — С. 18 — 31.

Плешаков Л. *Интервью — начало всех начал* // Профессия — журналист. 2000. № 10

Плешаков Л. *Интервью: не торопитесь с вопросами, лучше расскажите что-нибудь сами* // Профессия — журналист. 2000. №11

Плешаков Л. *Вопросы-ловушки, или Как проверить непроверяемое* // Профессия — журналист. 2001. №1

Плешаков Л. *Интервью: всякое лыко — в строку, редкое слово — в строчку* // Профессия — журналист. 2001. №2

Плешаков Л. *Интервью: проход по минному полю* // Профессия — журналист. 2001. №3

Плешаков Л. *Иллюзия очевидности* // Профессия — журналист. 2002. №1

Плотникова С. Н. *Структура знания как основа определения типа беседы* / С. Н. Плотникова // Когнитивные аспекты языкового значения: Межвуз. сб. науч. тр. — Иркутск: ИГЛУ, 1997. — С. 109 — 118.

Плотникова С. Н. *Сотрудничество и конфликт в беседе: анализ интерактивных стратегий: Учебное пособие* / С.Н. Плотникова. - Иркутск: ИГЛУ, 1998. — 48 с.

Плотникова С. Н. *Стратегии коммуникативного воздействия в тексте* / С.Н. Плотникова // Проблемы структурно-семантической организации текста: Межвуз. сб. науч. тр. — Иркутск: ИГЛУ, 1999. - С. 111 — 118.

Плотникова С. Н. *Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональном аспектах)* / С.Н. Плотникова. — Иркутск: ИГЛУ, 2000.-244 с.

Попова Т. И. *Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте* / Т. И. Попова. — СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2002. -220 с.

Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Отв. ред. Ф.М. Березин, Е.Ф. Тарасов; АН СССР, ИНИОН. — М.: Наука, 1990. - 135 с.

Романов А. А. *Системный анализ регулятивных средств диалогического общения* / А.А. Романов. — М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1988.-182 с.

Рытникова Я. Т. *Гармония и дисгармония в открытой семейной беседе* / Я.Т. Рытникова // Русская разговорная речь как явление городской культуры. — Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 1996. — С. 94 — 115.

Садков П. *Ток-шоу — это война* // Комсомольская правда — 2007. — N 12. — С. 18-19.

Сандлер Л. Л. *Развитие диалогического дискурса в телевизионной лингвосфере* / Л. Л. Сандлер // Русский язык в современной социокультурной ситуации. Тез. докл. и сообщ. III Всерос. науч.-практ. конф. РОПРЯЛ. — Воронеж: ВГУ, 2001. — Ч. 1. — С. 42 — 44.

Седов К. Ф. *Внутрижанровые стратегии речевого поведения:*

«ссора», «комплимент», «колкость» / К.Ф. Седов // *Жанры речи.* - Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. — Вып. 1. — С. 188 — 194.

Седов К. Ф. *О жанровой природе дискурсивного мышления*

языковой личности / К.Ф. Седов // *Жанры речи.* — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. — Вып. 2. — С. 13 — 26.

Семейно-бытовые ток-шоу // *Известия.* — 2006 . — N 6. — С. 21-22.

Семенов Л. П. *Аспекты лингвистической теории монолога* / Л.П.

Семенов. — М.: МГЛУ, 1996. — 323 с.

Сентенберг И. В. *Псевдоаргументация: Некоторые виды речевой*

манипуляции / И.В. Сентенберг, В.И. Карасик // *Речевое общение и аргументация.* — СПб.: «Экополис и культура», 1993. — Вып. 1. — С. 30 - 38.

Сергеев В. М. *Когнитивные методы в социальных исследованиях* /

В. М. Сергеев // *Язык и моделирование социального взаимодействия.* — М.: Прогресс, 1987. — С. 5 — 12.

Серио П. *Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса.* — М.: «Языки Слав.Культ», 2002. — 342 с.

Серль Дж. *Что такое речевой акт* / Дж. Серль // *Новое в зарубежной*

лингвистике. — М.: Прогресс, 1986. — Вып. 17: *Теория речевых актов.* - С. 151-168.

Сидоров Е. В. *Личностный аспект речевой коммуникации и текста* /

Е.В. Сидоров // Личностные аспекты языкового общения: Межвуз. сб. науч. тр. — Калинин: КГУ, 1989. — С. 16 — 25.

Сиротинина О. Б. *Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр»* / О. Б. Сиротинина // Жанры речи. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. — Вып. 2. — С. 37 — 52.

Степанов Ю. С. *Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности* / Ю.С. Степанов // Язык и наука конца 20 века. — М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. — С. 35 — 73.

Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. С56 2-е изд. — М.: Сов. энциклопедия, 1983. — 1600с., ил.

Соколовская В. *Токи-воки* // Профессия — журналист. 2001. №3

Сухих С. А. *Типология языкового общения* / С.А. Сухих // Язык, дискурс и личность: Межвуз. сб. науч. тр. — Тверь: ТГУ, 1990. — С. 45 — 50.

Тагина Т. *Силки для ньюсмейкера* // Профессия — журналист. 2001. №9 28

Тарасов Е. Ф. *Социолингвистические проблемы теории речевой коммуникации* / Е.Ф. Тарасов // Основы теории речевой деятельности. - М.: Наука, 1974. — С. 255 — 273.

Тарасов Е. Ф. *Национально-культурная специфика речевого и неречевого поведения* / Е.Ф. Тарасов, Ю.А. Сорокин // Национально-культурная специфика речевого поведения. — М.: Наука, 1977. — С. 14 - 38.

Тарасов Е. Ф. *К построению теории речевой коммуникации* / Е.Ф.

Тарасов, Ю.А. Сорокин, А.М. Шахнарович // Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. — М.: Наука, 1979. — С. 5 — 147.

Федорова Л. Л. *Типология речевого воздействия и его место в*

структуре общения / Л.Л. Федорова // Вопросы языкознания. — 1991. — № 6. — С. 46-50.

Федосюк М. Ю. *Комплексные жанры разговорной речи:*

«утешение», «убеждение» и «уговоры» / М.Ю. Федосюк // Русская разговорная речь как явление городской культуры. — Екатеринбург: Урал, гос. ун-т, 1996. — С. 73 — 93.

Федосюк М. Ю. *Исследование средств речевого воздействия и ТРЖ*

/ М.Ю. Федосюк // Жанры речи. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. — Вып. 1. — С. 66-87.

Фирстова Л. А. *Стратегическое и тактическое целеполагание в рамках телепублицистического дискурса* [Текст] / Л. А. Фирстова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — Волгоград, 2008. — Сер. «Филологические науки». — №2(26). — С. 29-32.

Фирстова Л. А. *Стратегии и тактики создания институционального дискурса (на примере телепублицистики)* [Текст] / Л. А. Фирстова // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире — 2: сб. ст. — Волгоград : ФГОУ ВПО ВАГС, 2008. — Т.1. — С. 64-67.

Фирстова Л. А. *Характеристика феномена массовой коммуникации на примере телепублицистики* [Текст] / Л. А. Фирстова // Социально-экономические проблемы и перспективы развития России и ее место в мире. — Саратов, 2008. — С. 34-39.

Формановская Н. И. *Культура общения и речевой этикет* / Н. И.

Формановская. — М.: Изд-во ИКАР, 2004. — 236 с.

Формановская Н. И. *Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика.* — М.: ИКАР, 2007. — 433 с.

Хайдеггер М. *Время и бытие: статьи и выступления* / М. Хайдеггер.

- М.: Республика, 1993. — 447 с.

Хаймс Д. Х. *Этнография речи* / Д.Х. Хаймс // Новое в зарубежной

лингвистике. — М.: Прогресс, 1975. — Вып. 7: Социоллингвистика. — С. 42 — 95.

Харитонов А. Н. *Переопосредование как аспект понимания в*

диалоге / А.Н. Харитонов // Познание и общение. — М.: Наука, 1988.- С. 52-63.

Хекхаузен Х. *Мотивация и деятельность* / Х. Хекхаузен. — М.:

Прогресс, 1986. — Т. 1. — 407 с.

Чалдини Р. *Психология влияния* / Р. Чалдини. — СПб.: Изд-во

«Питер», 1999.-272 с.

Чахоян Л. П. *Предложение, высказывание, текст* / Л.П. Чахоян //

Содержательные аспекты предложения и текста. — Калинин: КГУ, 1983. - С. 38-46.

Чахоян Л. П. *Взаимодействие интенций как фактор, определяющий*

типы межличностного общения / Л.П. Чахоян, Ш.А. Паронян //

Личностные аспекты языкового общения: Межвуз. сб. науч. тр. -

Калинин: КГУ, 1989. — С. 67 — 75.

Чейф У. *Память и вербализация прошлого опыта* // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.

XII. М.: Прогресс, 1983

Чернышова Т. В. *Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России*. М., 2009. — 296 с.

Шапиро Р. Я. *Разговор на равных* / Р.Я. Шапиро // Личностные аспекты языкового общения: Межвуз. сб. науч. тр. — Калинин: КГУ, 1989. — С. 125-129.

Шаповалова Н. Г. *Языковая личность Дмитрия Нагиева* // Филологические этюды: Сб. науч. ст. молодых ученых. — Саратов: Изд-во Латанова В.П., 2004. — Вып. 7. — Ч. I-II. — 224 с. — С. 215-219.

Шаповалова Н. Г. *Языковая игра и ее функции в речи ведущих ток-шоу (Михаила Швыдкого и Дмитрия Нагиева)* // Филологические этюды: Сб. науч. ст. молодых ученых. — Саратов: Изд-во Латанова В.П., 2005. — Вып. 8. — Ч. I-II. — 250 с. — С. 241-245.

Швейцер А. Д. *Введение в социолингвистику* / А.Д. Швейцер, Л.Б. Никольский. — М.: Высшая школа, 1978. — 216 с.

Шейгал Е. И. *Функциональная структура политического дискурса / Е.И. Шейгал* // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. — Волгоград: Перемена, 2000. — С. 45 — 57.

Шмелева Т. В. *Модель речевого жанра* / Т.В. Шмелева // Жанры речи. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. — Вып. 1. — С. 88 — 98.

Шостак М. И. *Журналист и его произведение: Практическое пособие* / М.И. Шостак. — М.: ТОО «Гендальф», 1998. — 96 с.

Щепаньский Я. *Элементарные понятия социологии* / Я. Щепаньский. — М.: Прогресс, 1969. — 237 с.

Ыйм Х. Я. *Прагматика речевого общения* / Х.Я. Ыйм // Теория и модели знаний: Труды по искусственному интеллекту. — Тарту: Тарт. гос. ун-т, 1986.-Вып. 714.-С. 196-207.

Эрвин-Трипп СМ. *Язык. Тема. Слушатель. Анализ взаимодействия*
/ СМ. Эрвин-Трипп // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс,
1975. — Вып. 7: Социолингвистика. — С. 336 — 362.

Bhatia V. K. *Analyzing Genre. Language Use in Professional Settings* /
V. K. Bhatia. — London and New York: Longman, 1993. — 246 p.

Briggs C *Learning How to Ask* / C Briggs. — Cambridge: Cambridge
University Press, 1986. — 231 p.

Brown P. *Speech as a Marker of Situation* / P. Brown, C Fraser // *Social
Markers in Speech* / K.R. Scherer, H. Giles (eds.). — Cambridge: Cambridge
University Press, 1979. — P. 33 — 62.

Brown P. *Politeness: Some Universals in Language Usage* / P. Brown, S.
Levinson. — Cambridge: Cambridge University Press, 1987. — 345 p.

Cameron D. *Ethics, Advocacy and Empowerment: Issues of Method in
Researching Language* / D. Cameron, E. Frazier, P. Harvey, B. Rampton, and K. Richardson. —
London: Routledge, 1991. — 317 p.

Duranti A. *Ethnography of Speaking: towards Linguistics of the Praxis* /
A. Duranti // *Linguistics: the Cambridge Survey IV Language: The Socio-
cultural context.* — Cambridge: Cambridge University Press, 1990. — P. 57 — 78.

Eemeren F. H. van. *Fundamentals of Argumentation Theory. A
Handbook of Historical Backgrounds and Contemporary Developments* / F.H.
van Eemeren, R. Grootendorst. — Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum
Associates Publishers, 1996. — 356 p.

Eggins S. *Genres and Registers of Discourse* / S. Eggins, J.R. Martin // Discourse as Structure and Process. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. — London, New Delhi, 1997. — Vol. 1. — P. 230 — 256.

Garfinkel H. *Studies in Ethnomethodology* / H. Garfinkel. — Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1967.-351 p.

Geis MX. *Speech Acts and Conversational Interaction* / MX. Geis. - Cambridge: Cambridge University Press, 1995. — 240 p.

Goffman E. *On Face Work* / E. Goffman // Interaction Ritual. — New York: Anchor Books, 1967. — P. 5 — 46.

Goffman E. *Supportive interchanges* / E. Goffman // Relations in Public. -New York: Basic Books, 1971. -P. 62 — 94.

Gumperz J. *Discourse Strategies* / J. Gumperz. — Cambridge: Cambridge University Press, 1982. — 225 p.

Halliday M. A. K. *Language, Context, and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective* / M.A.K. Halliday, R. Hasan. — Oxford: Oxford University Press, 1989. — 127 p.

Have P.ten. *Pragmatic Aspects of the Production of Survey Interview Data* / P.ten Have. — Amsterdam: University of Amsterdam, 2000. - <http://books.cambridge.org/0521662028.htm>

Heritage J. *A Change-of-State Token and Aspects of its Sequential*

Placement / J. Heritage // *Structures of Social Action: Studies in Conversation Analysis* / J. Atkinson and J. Heritage (eds.). — Cambridge: Cambridge University Press, 1984. — P. 299 — 345.

Heritage J. *Analyzing News Interviews: Aspects of the Production of Talk for an Overhearing Audience* / J. Heritage // *Handbook of Discourse Analysis*. — London: Academic Press, 1985. — Vol. III. — P. 95 — 117.

Johnson M. *The body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning Imagination, and Reason*. // Johnson M. — Chicago: Univ. Og Chicago Press, 1987. — 197 p.

Jucker A.-H. *News Interviews: A Pragmalinguistic Analysis* / A.-H. Jucker. — Amsterdam: Benjamins, 1986. — 195 p.

Keith-Spiegel P. *The Complete Guide to Graduate School Admission (Psychology, Counseling, and Related Professions)* / P. Keith-Spiegel, M.W. Wiederman. — New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2000.-280 p.

Kruks S. *Kokaina valsts valoda: Saeima runā par pilsonisko sabiedrību* // I. Ijabs, S. Kruks. Saeima, vārdi un demokrātija. Rīga: Sorosa Fonds, 2008. — Lpp. 89-180

Kruks S. *Discursive Construction of Citizens in Political Address*. // A.Veisbergs (ed.) Sastātāmā un lietišķā valodniecība. Contrastive and Applied Linguistics. Contrastive Studies Research Papers. Vol. XI. Rīga, Faculty of Modern Languages, 2002. — Lpp. 20-38

Kruks S. *Politisko aktoru diskvalifikācija publiskajā diskursā. Pasīvā pilsoņa konstruēšana preses ziņās* // Latvijas Universitātes raksti. Komunikācija, 2002, 648 lpp. — Lpp. 196-226.

Kruks S. *The Latvian Epic Lāčplēsis: Pass-partout Ideology, Traumatic Imagination of Community* // *Journal of Folklore Research*. Rīga, 2004. — Lpp. 1-32.

Kruks S. *Ears and Father, Ogres and Society. Reply to Guntis Šmidchens*// *Journal of Folklore Research*. Latvijas Universitātes raksti. Komunikācija, 2006.- Lpp. 281-295.

Labov W. *Field Methods of the Project on Linguistic Change and Variation* / W. Labov // *Language in Use* / J. Baugh and J. Sherzer (eds.). - Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1984. — P. 28 — 53.

Lakoff G. *The contemporary Theory of Methaphor* // Orthony A. (edit.) *Metaphor and Thought*. Cambridge Press. Second edition, 1993, — P. 202-251

Leech G. *Principles of Pragmatics* / G. Leech. — London: Londman, 1983.-321 p.

Lerner G. H. *Notes on Overlap Management in Conversation: The Case of Delayed Completion* / G.H. Lerner // *Western Journal of Speech Communication*. — Boston: Boston University, 1989. — P. 167 -177.

Mazeland H. *Essential Tensions in (Semi-) open Research Interviews* / H. Mazeland, P.ten Have, 1996. — <http://www.resume-professional.com/interview-article-effective-research-and-data-collection.shtml>

Nofsinger R. E. *Everyday Conversation* / R.E. Nofsinger. — Washington: Waveland Press, Inc., 1999. — 180 p.

Ochs E. *Planned and Unplanned Discourse* / E. Ochs // *Syntax and Semantics*. — New York: Academic Press, 1979. — Vol. 12: *Discourse and Syntax*. — P. 54 — 69.

Ragan S. L. *Alignment and Conversational Coherence* / S. L. Ragan // *Conversational Coherence: Form, Structure, and Strategy* / A.T. Craig, K. Tracy (Eds.). — Beverly Hills, CA: Sage, 1983. — P. 157 — 171.

Rees M. A. van. *The Use of Language in Conversation: an Introduction*

to *Research in Conversational Analysis* / M.A. van. Rees. — Amsterdam: SICSAT, Instituut voor Neerlandistiek, 1992. — 175 p.

Rosenstiel T. *The Challenge of the Live Interview* / T. Rosenstiel. - [http://www.spj.org/award-sdx-gallery/01 Journ_1.asp](http://www.spj.org/award-sdx-gallery/01_Journ_1.asp)

Sacks H. *On the Preferences for Agreement and Contiguity in Sequences in Conversation [from a tape recording of a public lecture originally delivered in 1973]* / H. Sacks // *Talk and Social Organization*. — Clevedon, England: Multilingual Matters, 1987. — P. 54 — 69.

Sacks H. *Lectures on conversation* / H. Sacks: Ed. G. Jefferson. - Cambridge, Massachusetts: Blackwell, 1992. — Vol. 1,2.- 489 p.

Sacks H. *A Simplest Systematics for the Organization of Turn-taking in Conversation* / H. Sacks, E. Schegloff and G. Jefferson // *Language*. - Cambridge: Cambridge University Press, 1974. — P. 696 — 735.

Schank R. C. *Dynamic Memory*. / Schank R. C. — New York, 1982. — 234 p.

Schiffrin D. *Approaches to Discourse* / D. Schiffrin. — Oxford, Massachusetts: Blackwell Publishers, 1998. — 469 p.

Searle J. R. *Intentionality. An Essay in the Philosophy of Mind* / J. R. Searle. — Cambridge: Cambridge University Press, 1983. — 278 p.

Swales J. M. *Genre Analysis. English in Academic and Research Settings* / J.M. Swales. — Cambridge: Cambridge University Press, 1990. — 260 p.

Tannen D. *What's in a Frame? Surface Evidence for Underlying Expectations* / D. Tannen // *Framing in Discourse*. — Oxford: Oxford

University Press, 1993. — P. 14 — 56.

Turner J. H. *A Theory of Social Interaction* / J. H. Turner. — Stanford, 1988.-413 p.

Weiser A. *How to not answer a question: Purposive devices in conversational strategy* / A. Weiser // Papers from the Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society. — 1975. — Vol. 11. — P. 56 — 71.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

Текстовая расшифровка (скрипт) телепрограммы «Без цензуры» на латвийском телеканале TV5 от 23 января 2009 года.

НАЧАЛЬНАЯ ГОЛОВКА

СТУДИЯ:

Ведущий: В пятницу вечером в последний рабочий день на этой неделе вас в прямом эфире приветствует служба новостей телеканала TV5. Добрый вечер! Меня зовут Андрей Мамыкин. Мои коллеги тем временем продолжают трудиться над потоком новостей, которые весь этот день стекаются к нам в редакцию. Через час, в 19-30 программа «Вечер новостей», но прямо сейчас анонс, о самом главном Марите Барановская, добрый вечер!

М. Барановская: Добрый вечер, Андрей. Итак, о чем расскажет «Вечер новостей». Например, о том, что состав нового правительства — это одна из самых обсуждаемых тем в политических кругах. Каким будет состав Кабинета министров, какие политические силы в него войдут, какие планы, сколько министерств в нем будет. Свой план реорганизации правительства представила сегодня Народная партия. Коротко: предлагается резать и объединять, чтобы в итоге осталось 11 министерств.

Продолжается слушание дела о пропаже денег из сейфов антикоррупционного бюро. Бывший главный специалист по обеспечению секретности бюро Янис Имша пояснил суду, куда же ушли пропавшие 100 тысяч латов. Оказывается, все весьма прозаично. Доверенные ему на хранение деньги он тратил на лечение, горючее, путешествия, продукты питания и подарки.

Ну а экс-министр культуры Хелена Демакова снова оказалась в щекотливой ситуации и снова в связи с проектом концертного зала. Как выяснили журналисты, главный воодушевитель строек века стала одним из первых владельцев квартиры в амбициозной новостройке на берегу Марупского озера. По странному стечению обстоятельств оба проекта и новостройки, и концертного зала разрабатывало одно и то же архитектурное бюро.

Ну и традиция нарушена не будет — нашу страну в Москве на конкурсе «Евровидения» будет представлять исполнитель, который наберет больше всего голосов в зрительском голосовании с национальным конкурсом. Национальный отбор пройдет в конце февраля в

Вентспилсе. На суд зрителей будут представлены 18 песен местных авторов или композиций, написанных зарубежными композиторами. Телефонное голосование определит победителя, ну а конкурс «Евровидения» в этом году пройдет в Москве. Напомню, победу России принес тандем певца Димы Билана, фигуриста Евгения Плющенко и скрипача Эдвина Мартона.

Подробнее об этом обо всем в программе «Вечер новостей» уже через час. До встречи! Андрей?

Ведущий: Спасибо, Марите! Это Марите Барановская. Мы же безо всякой цензуры в течение ближайшего часа о том, что такое помощь российским соотечественникам в Латвии XXI века. Стал ли Дом Москвы очагом русской культуры, и какую помощь там оказывают — об этом прямо сейчас с директором Дома Москвы Юрием Силовым. Добрый вечер!

Ю. Сиров: Добрый вечер, уважаемые зрители!

Ведущий: Спасибо за то, что пришли на прямой эфир! Напомню: 67357431 — телефон прямого эфира. Mamikins@tv5.lv — адрес для ваших электронных посланий. Пишите, звоните — прочитаем и выслушаем. Господин Сиров! Помните, когда несколько лет назад Дом Москвы создавался, И это была пока еще только идея тогда...

Ю. Сиров: Это было 5 лет назад.

Ведущий: 5 лет назад.

Ю. Сиров: Открылись.

Ведущий: Вот одна из задач была — создать такой очаг русской культуры. Причем, не только для этнических русских, но и для всех, кто интересуется русской культурой. Это удалось?

Ю. Сиров: Это не просто очаг. Я считаю, это центр. Это центр, который состоялся. Который востребован. И скажу современным языком: это бренд. Дом Москвы — это бренд. И не только в Риге. Но мы были первыми вот в этом проекте Юрия Михайловича Лужкова. Мы не просто показали, что Дом Москвы — это для Москвы, для России это очень правильное направление. Но и на нашем примере не без моего участия состоялись Дома Москвы в Севастополе, в Софии и в Ереване. А сейчас — в Киргизии.

Ведущий: А зачем Российской Федерации открывать свои дома, дома своей столицы в очень далеких от географических границ Российской Федерации территориях?

Ю. Силов: Ну, во-первых, я назвал все эти места — они не столь далекие. Это бывшая наша...

Ведущий: София?

Ю. Силов: Шестнадцатая республика. (Смеется.) Это по сути дела... Да, я не назвал Сухуми в этом списке, что тоже достаточно актуально. Дома Москвы в этих регионах — это веление времени. И это тот пример, который вот после Риги стал брендом. И естественно. И для соотечественников, и не только для соотечественников те культурные, социальные, молодежные, спортивные программы, выставки, галереи наши, они, они стали уже для рижан, я считаю, знакомыми и любимыми.

Ведущий: А вот я приду к вам и скажу: «Я русский Мамыкин Андрей Владимирович. Меня уволили с работы. Я соотечественник, дайте денег!» Поможете?

Ю. Силов: Э-э-э. Были такие моменты. Не скажу однозначно, поскольку слишком большая аудитория, но вы придете — мы поговорим. (Смеется.)

Ведущий: Спасибо. Хорошо, а с кем не будете говорить? Есть ли какие-то люди, которые принципиально так сказать...

Ю. Силов: Ну, во-первых, мы открыты. Да, мы открыты для всех. Э-э-э. Многие рижане посещают нас для того, чтобы прийти и посмотреть...

Ведущий: А вот рижане господин Табунс или Добелис часто заходят в Дом Москвы?

Ю. Силов: Я их не встречал. Ну а встречу... Кстати, очень интересная была история. В тот момент, когда собрались наши соотечественники обсудить с администрацией Калининградской области по возможности работы и трудоустройства в Калининграде, что сейчас и очень актуально и в наше, в самом деле, очень непростое время, многие люди просто обращаются к нам для того, чтобы получить консультацию, где же в России, где же в той же

Калининградской области, которая попала в президентскую программу российскую по вот переселению соотечественников, какие условия для того, чтобы туда уехать, так вот господин Гарда был на этой встрече, вел себя очень спокойно.

Ведущий: В Калининград собрался работать?

Ю. Силов: Судя по всему. Вопросов не задавал, но внимательно слушал и записывал.

Ведущий: А для чего записывал-то?

Ю. Силов: Может, в самом деле собрался.

Ведущий: Да вы что! Купили Гарду? Дом Москвы купил Гарду?

Ю. Силов: Нет. Дом Москвы не покупает никого. Тем более, Гарду.

Ведущий: Хорошо, недавно вы получили — буквально на днях — почетную грамоту от митрополита Рижского и всея Латвии. Как вы думаете: за что вас наградили?

Ю. Силов: Ну у нас очень хорошие отношения не только с православной церковью, но и... Потому как те гуманитарные программы, которые проходят через нас, те же рождественские елочки, детские программы, они добрые, хорошие. Это та самая дающая рука Москвы, которую оценил наш митрополит. Спасибо ему за то, что, за его оценку.

Ведущий: А можете ли разделить точку зрения скептиков, что говорят это российская имперская экспансивная политика? Восстановить империю Советский Союз, шестнадцатая республика, о чем Вы только что говорили? Да зачем? Наши же вот местные русские отличаются от русских Самары или Вологды?

Ю. Силов: Конечно, отличаются. Конечно, отличаются.

Ведущий: А зачем тогда Дом Москвы? Если по-разному...

Ю. Силов: Ну во-первых, потому что мы русские. Это уже то связующее звено, которое появляется везде. И в Нью-Йорке, на Брайтон-Бич, и в Одессе. Да, поэтому Рига — это

звенья одной цепи. А с точки зрения того, что у нас с нашими соотечественниками, да и не только с нашими соотечественниками, теми людьми, которые, будучи в Советском Союзе, состоялись как люди. Я прежде всего имею в виду себя. Вот в этой, на этой волне негатива, который сейчас все больше и больше в сторону Москвы, в сторону России обращается, я хочу сказать, что во всяком случае проведи сейчас социологический опрос, я уверен, что для людей, кто вот 17, 17 лет назад в том в 91-ом году голосовал, результаты будут самые что нинаесть просоветские.

Ведущий: Просоветские?

Ю. Силов: Уверен.

Ведущий: А это хорошо или плохо? Если так, оглядываясь, оценить.

Ю. Силов: Я думаю, что хорошо.

Ведущий: Хорошо?

Ю. Силов: Хотя я состоявшийся человек, я говорю, что хорошо. Может быть, потому что я тогда был молодой. И мы достаточно романтично смотрели на все. Но то образование, которое мы получили, то здравоохранение, которое было, те возможности для нас — вот я профессионально занимался спортом — сейчас несопоставимы.

Ведущий: Помните цитату из культового некогда фильма...

Ю. Силов: Мы гордились! Мы гордились нашей страной!

Ведущий: Хорошо. Помните цитату из культового некогда фильма «Брат»: «Мы, русские не обманываем друг друга!»? Можете разделить эту точку зрения?

Ю. Силов: Я помню из фильма «Брат» цитату о том, что правда — в ней сила.

Ведущий: История о том, как одной соотечественнице помог Дом Москвы в материале моего коллеги Даниила Смирнова.

СЮЖЕТ

Закадр голосом Д. Смирнова: В 2006 году многодетная мать Наталья Бессонова, воспитывающая троих детей одна, решила продать свою 6-комнатную квартиру в Юрмале на проспекте Межа. Три года назад ее оценили в 260 тысяч евро. Помочь реализовать недвижимость ей помог некий юрист Александр Чичерин, который порекомендовал женщине обратиться в Дом Москвы к своей матери — Наталье Чичериной, юрисконсульту фирмы «Jurlems».

Синхрон Н. Бессоновой: В Доме Москвы для малоимущих можно получить бесплатную юридическую консультацию. И, значит, поскольку, мы надумали продать эту квартиру, и я это делала первый раз, чтобы не наткнуться на каких-то мошенников, я пришла в Дом Москвы, в офис 406 к Наталье Чичериной. Она очень радушно меня встретила, она сказала, что в Доме Москвы помогают русским людям, защищают соотечественников. Потом я ей показала свои документы. Она посмотрела план квартиры, и она высказала такое предложение, что она сама хочет купить эту квартиру для себя.

Закадр голосом Д. Смирнова: Вскоре юристы попросили Наталью указать в договоре не всю стоимость квартиры, а только половину. Якобы для того, чтобы не платить государству слишком большой налог. Таким образом, согласно заключенной договоренности, женщина уже должна была получить в два раза меньше — 130 тысяч евро.

Синхрон Н. Бессоновой: Стали грубо со мной разговаривать, что никакого другого договора не будет. И что я как бы должна соглашаться за половину этой суммы. Причем, 10 тысяч мне тоже даже не заплатят. Потом я пришла еще в офис к Наталье Чичериной. Она очень грубо со мной разговаривала. Она стала мне угрожать, что если я буду много болтать, то им легче меня убить.

Закадр голосом Д. Смирнова: После того, как Наталья Бессонова не увидела денег, она попросила полицию наложить арест на квартиру. Что вскоре и было сделано. Но неожиданно арест был снят и буквально за две недели новый владелец оформил недвижимость на себя.

Синхрон Н. Бессоновой: Они составили такой хитрый и коварный договор. Там написано, что эту сумму мне заплатят только через два дня после освобождения. Какой-то абсурд. Я должна выйти на улицу, все вещи выставить и ждать, когда мне через два дня деньги дадут. А может, они и не дадут.

Закадр голосом Д. Смирнова: Сейчас уже суд наложил арест на квартиру в Юрмале. Тем не менее, легче Наталье Бессоновой не стало. Она в любой момент может оказаться на улице с тремя детьми и без денег за свою собственность.

Синхрон Н. Бессоновой: Окружной суд состоялся осенью прошлого года. Но поскольку мой покупатель — человек состоятельный, он нанял дорогого адвоката. Как бы при явном что нарушении закона, суд был им выигран. Я подала на апелляцию. Теперь вот в конце года будет в Верховном суде рассматриваться.

Закадр голосом Д. Смирнова: Мы попытались получить комментарий по поводу этого случая у юристов Натальи Чичериной и Александра Чичерина. У последнего телефон был отключен, а вот с Натальей Чичериной, оказавшейся на рабочем месте в Доме Москвы, у нас произошел интересный разговор.

Голос Н. Чичериной по телефону: Я с вами готова встретиться, но я болею. Не могу сейчас говорить.

Голос Д. Смирнова: Но вы же сейчас в офисе, правильно, вы же не болеете, правильно? Вы в офисе?

Голос Н. Чичериной по телефону: Да, да.

Голос Д. Смирнова: То есть, наверное, у вас есть возможность встретиться с нами? Или давайте сейчас по телефону обсудим?

Голос Н. Чичериной по телефону: Я вам сказала, да?

Голос Д. Смирнова: Что? Я не понимаю, что вы мне сказали.

Голос Н. Чичериной по телефону: Я вам сказала, что сейчас говорить я не могу, я болею. Я в офисе, но я сейчас говорить не могу с вами.

Закадр голосом Д. Смирнова: Кроме этого, Наталья Бессонова рассказала нам, что на выбор юридической конторы повлияло и то, что будто бы фирмой «Jurlems» руководит известный юрист Михаил Иоффе, человек, защищавший в Страсбурге «красного партизана» Василия Кононова. Но как заверил нас сам Михаил Иоффе, он не работает в этой конторе, но сотрудничает с ней.

Голос Михаила Иоффе по телефону: С этой ситуацией были, я вам говорю, материалы проверки по этой ситуации. Значит, так скажем, юридически приходит тот человек, может, и приходит. Но услуги и все вопросы, как выяснилось в этом разбирательстве, мы ей не оказывали.

Закадр голосом Д. Смирнова: Мало того, в Риге оказалась масса людей, которые имеют претензии и судятся с юристом Александром Чичериным. Некто Инесе Шишкина в целях безопасности согласилась пообщаться с нами только по телефону. Она рассказала, что Александр Чичерин специализируется на наследных делах, в которых наблюдается интересная последовательность: употребление алкоголя, смерть владельца квартиры с последующими кредитными претензиями со стороны юриста.

Голос И. Шишкиной по телефону: Отец ребенка умер. И ребенок имеет право на наследство. Он пошел к нотариусу, чтобы заявить о принятии наследства. Нотариус ему ну как предупредил: что имейте в виду, наследное дело открыл кредитор Чичерин. Я попросила: покажите мне этот документ. И мне показали aizdevuma līgums. Да? На котором подпись очевидно поддельная.

Закадр голосом Д. Смирнова: Инесе Шишкина проявила настойчивость и выяснила: что у юриста Александра Чичерина таких дел как у нее — пруд пруди.

Голос И. Шишкиной по телефону: Я нашла одну женщину, у которой тоже связано с алкоголем. И со смертью. И с наследниками. То есть Чичерин он работает с наследниками. Да. Он представляет какой-то документ, который якобы подписала умершая персона.

Закадр голосом Д. Смирнова: Как оказалось, сомнительную деятельность юристов чисто юридически сложно увязать с Домом Москвы. Ведь там уже ответы заготовлены. Но не судом единым жив человек. Если в Доме Москвы многодетной матери помогают так, что она оказывается на улице с тремя детьми, то это, по меньшей мере, тревожный сигнал. Даниил Смирнов, Владислав Яковлев, телекомпания TV5.

КОНЕЦ СЮЖЕТА. СТУДИЯ:

Ведущий: Господин Силов — это сюжет тоже укладывается в вашу концепцию гордости за советское прошлое и достижения на спортивных аренах СССР?

Ю. Силов: Это разные вещи. Поэтому... Посмотрев этот сюжет, единственное, что я могу сказать, что да, адвокат Иоффе Михаил арендует у нас помещения, его юридическая фирма. Да, мы знаем Михаила как адвоката, который ведет серьезные дела и выигрывает. Дело Кононова в Страсбурге.

Ведущий: Дело Кононова в Страсбурге?

Ю. Силов: Дело Кононова в Страсбурге. Дело Тэсса. Дела публичные, дела очень важные. Дела, требующие большой кропотливой работы. Но Михаил у нас — рядовой арендатор, каких у нас 28 структур. 28 фирм арендует у нас в Доме те или иные помещения. Вот. Для нас очень важно, что он систематически и ежемесячно платит арендную плату. И больше у нас с ним никаких взаимоотношений нет.

Ведущий: То есть вы как бы открещиваетесь от того, что та или иная фирма-арендатор делают с третьими лицами?

Ю. Силов: Ну вот находясь в этом здании, в вашем офисном центре, ходя по вашим коридорам я насчитал десятки фирм. TV5 программа имеет отношение к деятельности фирм на третьем, на четвертом, на пятом этаже?

Ведущий: TV5 — это такой же арендатор. Это вам хозяину этого здания этот вопрос нужно задавать.

Ю. Силов: И я такой же арендатор.

Ведущий: Нет, вы хозяин, управляющий этого здания.

Ю. Силов: Ну управляющий.

Ведущий: А как бы вы могли прокомментировать этот сюжет? Это тоже помощь соотечественникам? Ну вот женщина поверила, сказала...

Ю. Силов: Я не могу комментировать этот сюжет, потому что я впервые слышу эту историю. И, конечно, я готов проконсультироваться с Михаилом Иоффе. Я не знаком с Чичеринскими, вот. Для меня арендатор — это Михаил и его юридическая компания.

Ведущий: Госпожа Бессонова, тогда расскажите более подробно те детали, которые остались за кадром камеры по ходу съемок. Что вас... Что вас привело именно в Дом Москвы, ведь полно других арендаторов в других зданиях, и все они занимаются юридическими услугами, но вы пошли почему-то в Дом Москвы? Вот что было той каплей, которая заставила вас именно это решение принять?

Н. Бессонова: Александр Чичерин, он ходил по подъезду нашего дома, как я уже говорила. Он стучался и сказал, что он хочет купить у нас квартиру. Он дал мне визитку своей матери, что она является юристом Дома Москвы.

Ведущий: Юристом Дома Москвы? Так на визитке было написано?

Н. Бессонова: Юрисконсульт. Там фирма «Jurlems», и там было написано «Дом Москвы». Адрес Марияс. И когда я пришла к ней, она очень радушно меня встретила. Узнав, что у меня трое детей, она даже спустилась в кафе, купила пирожные, булочки. Сказала, что вот я вот детям. Потом она вот, как я говорила, говорила, что вот здесь помогают соотечественникам, защищают русских людей.

Ведущий: То есть как в фильме «Брат» — «Мы, русские, не обманываем друг друга»?

Н. Бессонова: Да, да. И она как-то вошла в мое доверие. Такая с виду порядочная женщина. И хотя у меня было много покупателей, на тот момент был как бы пик, сто все покупалось, продавалось, из 10 человек, но, тем не менее, она как-то произвела на меня впечатление такого порядочного человека. Я, конечно, боялась, что меня обманут. Но почему-то я посчитала, что Наталья на такое не способна.

Ведущий: А почему вот вы в итоге в договоре написали цену квартиры для будущего покупателя в два раза меньшую, чем на тот момент эта квартира стоила на рынке. Это был ваш ответный жест благотворительности?

Н. Бессонова: Нет-нет. Это Александр Чичерин, он мне звонил и просил, что нужно платить большой налог на недвижимость, и он хочет разбить этот договор на две части. . Она говорила, что не волнуйся, все будет хорошо. Она даже апеллировала на то, что мы люди верующие, что вот мы даже в церковь ходим. Мы даже с Александром заходили в церковь Александра Невского.

Ведущий: Господин Силов — тоже верующий и почетную грамоту от митрополита получил.

Н. Бессонова: Хотя я не разбираюсь в этом, но я подумала, что они юристы, и так и нужно делать. Что, значит, первый договор пишем на 130, следующий через неделю. Что там не будет покупаться квартира. Вот. И эта Наталья уж настойчиво просила меня об этом

Ведущий: Давайте прервемся, Светлану из Ригу послушаем...

Ю. Силов: На счет верующего...

Ведущий: Сейчас вернемся. Светлана! Слышите нас?

Голос по телефону: Да-да.

Ведущий: Добрый вечер! Прошу вас. Забыли про зрителей. Вы в эфире.

Голос по телефону: Да. Добрый вечер, Андрей! Добрый вечер, господин Силов!

Ю. Силов: Здрасьте.

Голос по телефону: Вы знаете, я хотела вам, господин Силов, объявить, вернее, попросить вас. Мы, русскоязычные, идем в Дом Москвы, когда теряем все надежды в этой жизни, надежды о какой-то справедливости. И в вашем лице я бы, например, видела как господина Путина, как господина Медведева. Вот с таким желанием мы идем в Дом Москвы. И, конечно, мы хотим, чтобы вы были похожи на него. Вы имеете, как вам сказать, возможность выслушать нас, посочувствовать. Может быть, даже и помочь. Мы понимаем, что это не в ваших силах, мы понимаем: не решить все наши проблемы житейские. Но иногда так нужен, ну как священнику вот идешь, как к другу. Думаешь, вот придешь, и он тебе поможет.

Ю. Силов: Спасибо за теплые слова.

Ведущий: Спасибо, Светлана, вам за звонок.

Ю. Силов: Спасибо. Я просто хотел бы добавить вот в подтверждение слов нашей телезрити... телезрительницы, что все-таки, слушая вашу историю, я понимаю, что очень непростую, но... Поймите, я вот впервые об этом услышал.

Н. Бессонова: Ну вот, пожалуйста, вот на визитке написано...

Ведущий: Вы правда не знаете, что, что, что там на визитках написано «Дом Москвы»? Госпожа Бессонова говорит... А что это у вас за бумажка?

Ю. Силов: Андрей... Там написан адрес.

Н. Бессонова: Там написан адрес. Здесь я уже обращалась к вам и лично.

Ведущий: О, как! Виталик! Ты без микрофона, отдай дяде бумажку!

Н. Бессонова: И секретарь, ваш секретарь позвонила мне по телефону. Дала ответ на заявление.

Ю. Силов: Ну секретарь не может дать ответ. Ответ обычно в письменном виде.

Н. Бессонова: В письменном виде я не получала. Она сказала...

Ведущий: Господин Силов, 23 марта 2007 года женщина писала что-то вам по поводу этой ситуации. Вы дали ответ?

Н. Бессонова: Нет, я не получила ответ. Только по телефону.

Ю. Силов: Я впервые слышу об этой истории. Я... (неразборчиво).

Ведущий: Ну что секретарь ваш — не ваш секретарь? И прячет письма на ваше имя пришедшие?

Ю. Силов: Я думаю, что у нас все в порядке с документооборотом. Во всяком случае, никаких там проблем не было. Но! В подтверждение слов нашей телезрительницы я хотел бы сказать, что наш дом — это тот дом, который только в этом году оказал той же материальной помощи ветеранам Великой отечественной войны, это помощь, которая составляет в сумме 15 000 латов. Это серьезные деньги в наше время.

Ведущий: 15 000 латов? А кто вот спонсор этой финансовой помощи, которая уходит потом ветеранам войны и труда, которые потом вот... Кто дающая рука?

Ю. Силов: Мы дающая рука.

Ведущий: Вы как юридическая организация «Дом Москвы»?

Ю. Силов: Да.

Ведущий: И бюджет ваш всецело зависит от Правительства Москвы?

Ю. Силов: Слуховые... Слуховые.. Слуховые аппараты. Танометры. Порядка 8000 латов, вот если говорить о...

Ведущий: А на чем вы зарабатываете? На таких арендаторах как Иоффе? Откуда пришли эти деньги?

Ю. Силов: Это программы, это целевые программы, которые проходят через московское правительство, и прописан источник в бюджете.

Ведущий: То есть это деньги российских налогоплательщиков? Ну если к тому концу?

Ю. Силов: Это деньги московского правительства.

Ведущий: Ну то есть российских налогоплательщиков?

Ю. Силов: Российских налогоплательщиков, да, в итоге. И таких примеров много. Те же молодежные наши программы.

Ведущий: Хорошо, вернитесь к случаю госпожи Бессоновой. Это правило или исключение? Ну много положительных примеров. А вот сколько таких примеров, как у Натальи Бессоновой?

Ю. Силов: Ну во-первых, я впервые слышу об этой истории.

Ведущий: Несмотря даже на письмо?

Ю. Силов: Еще раз, еще раз говорю, что у нас арендует известный адвокат Михаил Иоффе свой офис. Я к сожалению, не знаю, чем он занимается. Я не знаю ни Наталью Чичерину, ни ее супруга, который вот тут проводил...

Н. Бессонова: Это сын.

Ю. Силов: ...работы, не знаком с ними лично. Поэтому вот... Мне сложно, в самом деле, сложно сейчас давать те или иные оценки произошедшему, ну не знаю...

Ведущий: Ну хорошо. Может без юридических оценок. Но по-человечески жалко? По-христиански, если хотите?

Ю. Силов: По-человечески очень жалко.

Ведущий: А вы можете чем-то помочь госпоже Бессоновой на той стадии?

Ю. Силов: Я в понедельник обязательно встречаюсь по этому поводу с Михаилом, он руководитель и он у нас ответственный арендатор этих помещений. У меня с ним достаточно хорошие деловые отношения. И Михаил, как серьезный адвокат и тем более адвокат вот тех процессов, о которых мы говорили, очень не простых и политизированных процессов. Мне кажется, что сейчас вот в истории, вот в этом вот случае с этим вот с-с-с-с вопиющими фактами, вот с этим вот, естественно, мы привлечем Михаила вот к этому, к этой теме.

Ведущий: Давайте прервемся на несколько минут рекламной паузы, но через рекламу обязательно вернемся в студию TV5, не переключайтесь.

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ ГОЛОВКА

На месте рекламы — черное.

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ ГОЛОВКА

Ведущий: Приветствую еще раз всех, кто присоединился к пятому каналу. Сегодня пятница, а поэтому Харитона Фарбера в эти минуты в этой студии с анонсом «Криминальной

Латвии» нет. Я лишь от себя напомним, что итоговый выпуск «Криминальной Латвии» в воскресенье в семь часов вечера, а сразу после программа моего коллеги Владислава Андреева «Семь новостей». Ну а мы еще полчаса безо всякой цензуры о помощи российским соотечественникам в Латвии. По-прежнему гость в студии — это Юрий Силов, директор Дома Москвы, и семья Бессоновых, вернее, Наталья и двое ее детей, Виталик и Настя, российские соотечественники. Кстати, Наталья, вы себя-то считаете российской соотечественницей?

Н. Бессонова: Да, считаю.

Ведущий: Считаете? Россия — это что-то такое близкое, родное, не пустой звук?

Н. Бессонова: Да, я всегда слежу за событиями в этой, в этой стране. Сопереживаю ей. Мы даже планируем в дальнейшем дальше уехать в Россию.

Ведущий: Уехать даже планируете?

Н. Бессонова: Да. Да. Я еще написала письмо господину послу тоже об этом случае. Но он как бы сказал, что он ничем не может помочь. Только предложил мне, что может помочь оформить гражданство российское.

Ведущий: А вы не боитесь ехать в Россию? Вот посол говорит, ничем не может помочь. Господин Силов говорит, что он управляющий Дома Москвы, но он не несет ответственности за фирму-арендатора, у которой тот или иной договор с третьим лицом заключен. Формально-то они ни при чем. А вы вот все равно верите, едете, надежды свои возлагаете.

Н. Бессонова: Ну, я думаю, что большинство, конечно, добрых людей, чем злых. Я думаю, что там легче найти работу будет. Поэтому я планирую уехать туда.

Ведущий: Наталья, расскажите, как вы живете. Вы сейчас в этой же квартире в Юрмале проживаете?

Н. Бессонова: Да.

Ведущий: Или она, как говорится, ушла от вас и навсегда, что называется?

Н. Бессонова: Ну в связи с тем, что на нее наложен арест, я продолжаю там жить. Если арест когда снимется, то это уже под вопросом.

Ведущий: Еще раз скажите, сколько денег вы потеряли на этой сделке, когда половина цена была записана?

Н. Бессонова: 130 тысяч евро.

Ведущий: 130 тысяч евро?

Н. Бессонова: Да.

Ведущий: Скажите, а потом пытались ли вы как-то еще до суда договориться со своими визави по этому юридическому диалогу? Ну может там по-человечески верните деньги, ну нехорошо, ну обманули же вы меня... И что вам ответили, если да?

Н. Бессонова: Когда я пришла, как я сказала, Наталья стала мне угрожать. Она сказала, что вызовет охранника. Я поняла, что с ней не... Что не смогу договориться. Потом я звонила покупателю, и он мне сказал, что он мне оплатит то, что там, полцены. Как бы 40 тысяч латов. Плюс еще он хочет высчитать за квартиру. У меня образовался долг 4 тысяч латов. То есть 36 тысяч латов я могу получить.

Ведущий: А вы одна воспитываете троих детишек?

Н. Бессонова: Да.

Ведущий: Двое из них студии. А из чего складывается ваш семейный бюджет? Как вы работаете, где живете, как бьетесь за то, чтобы дети в школу ходили?

Н. Бессонова: Ну я работаю дворником. Конечно, мне очень тяжело. И сейчас у нас старшая дочка заболела анемией. В общем-то мы живем на грани нищеты, можно сказать.

Ведущий: Господин Силов, а вот «Дом Москвы» может чем-то помочь семье Бессоновых?
(пауза) Господин Силов?

Ю. Силов: Я слушаю просто всю вот ситуацию, которая сложилась, делаю для себя выводы. Я еще раз сказал, что в понедельник мы встречаемся с Иоффе, это для меня единственный человек, кто представляет моих арендаторов. А с Михаилом мы разбираем эту ситуацию. Я свяжусь с Натальей. Обязательно свяжусь. Я думаю, мыотрегулируем этот вопрос.

Ведущий: Но в любом случае служба новостей телеканала TV5 будет следить за продолжением развития этой истории. И самое главное — удастся ли вернуть женщине потерянные 130 тысяч евро. По крайней мере, так говорили первоначально. Прервемся. И есть звонок от Игоря Ушакова, наш телезритель. Игорь, слышите нас?

Голос по телефону: Да, да.

Ведущий: Добрый вечер, вы в эфире! Прошу вас.

Голос по телефону: Добрый вечер! Вот у меня один только вопрос. Когда я вижу в газете, что происходят какие-то события, связанные с Домом Москвы, особенно там ветеранов приглашают, или каких-то, какие-то праздники, у меня возникает чувство досады по отношению своего родителя. Он участник войны, прошел всю войну, офицер бывший. На сегодняшний день пенсионер, 99 лет. Этого человека...

Ведущий: 99 лет, Игорь?

Голос по телефону: Девяносто.. Больше уже 99 лет, уже скоро 100 лет. Дом Москвы о нем забыл, также как и российское правительство, которое никакой ни помощи, никакой подачки, ничего не дает. Обидно становится за своего родителя, участника войны, пенсионера, который всю жизнь отработал и в Латвии работает с сорок пятого года.

Ведущий: Спасибо, Игорь Вам, за Вашу реплику. Еще одно сообщение, пришедшее на электронный адрес. Константин пишет: «Мой отец участник войны, в этом году ему 90 лет. Но его никуда ни разу почему-то не приглашали. Может, надо где-то зарегистрировать-

ся?» Господин Силов, чтобы честным, от Александра майл комплиментарный, в вашу защиту: «Наконец-то в вашей студии, господин Мамыкин, умный, образованный человек, интеллигентный гость. Большое спасибо Дому Москвы, Александр.» От себя добавлю, что 67357431 — это...

Ю. Силов: Мне не нужны комплименты.

Ведущий: Это телефон прямого эфира.

Ю. Силов: Это комплимент Вам, наконец-то вы пригласили... Что касается, что касается...

Ведущий: Это адрес для электронных посланий...

Ю. Силов: Дайте я отвечу на поступление тех или иных вопросов.

Ведущий: Да, прошу вас.

Ю. Силов: Ну, во-первых, я скажу, что у нас 12 тысяч ветеранов Великой Отечественной войны, да. И 9 мая, я думаю, вы, мы все видим, что у нас происходит у монумента освободителям в парке победы. И те, я не знаю, целые клумбы цветов, которые там вырастают, много... многокилометровые...

Ведущий: Так это же не Дом Москвы покупает, это же простые люди покупают.

Ю. Силов: Я хотел сказать о том внимании и о том уважении, которое в каждом сердце каждого из рижан. Будем так говорить. А о том, что там делает Дом Москвы, ну я могу рассказать в следующий раз.

Ведущий: А в этот раз?

Ю. Силов: А в этот раз у нас совсем другая тема. Мы говорим о наших арендаторах.

Ведущий: Ну раз другая тема, тогда у нас за эфиром, мне сообщают...

Ю. Силов: У нас, у нас 12 тысяч ветеранов. С ними работает социальная служба российского посольства на улице Пилс, которая знает, что очень добросовестно и самоотверженно, другого слова не подберу, относится к ветеранам Великой Отечественной войны.

Ведущий: Так же самоотверженно, как с госпожой Бесоновой?

Ю. Силов: Я не хотел бы на этом частном примере недобросовестного отношения...

Ведущий: Хорошо. На этом частном примере недобросовестного отношения не будем. Другой пример. Марите Упмале. Мне за эфиром говорят, это наш следующий звонок, человек, которому мы звоним. Не знаю, как назвать, представить эту женщину, вероятно, о своей истории она сама может рассказать. Марите, слышите нас?

Голос по телефону: Да, слышу вас.

Ведущий: Скажите, что у вас произошло, и в чем предмет нашего сегодняшнего разговора?

Голос по телефону: Скажите, я могу по-латышски разговаривать?

Ведущий: Да, прошу вас.

Голос по телефону: Mums ir tāda lieta. Vispirms mira tētis, (neskaidri). Brāļa daļu mantoja sieva. Un četras, un trīs meitas. Tas ir nomalē (???neskaidri) sanāk. Viena astotā daļa no tā teikt... Pirmo daļu mantoja mamma, puse, no otrās puses mantojām, mēs trīs: mamma, es un brālis. Brāļa daļu mantojām atkal četri.

Ведущий: Госпожа Упмале, я вас остановлю, надо переводить. Дело такое. Умер отец, и по линии, значит, брата часть дома должна была быть унаследована. Брат и сестры. Речь идет о восьмой части дома и вступлении в права наследства. Госпожа Упмале, продолжайте.

Голос по телефону: И потом. Brālis mīra rēs tam. И потом наследство его заняла его жена и трое детей. И после (неясно) Чичерин к нам приехал и сказал pirkuma līgums, я купил эту одну восьмую часть за 24 тысячи eiro.

Ведущий: А Чичерин — это какой господин?

Голос по телефону: Aleksandrs Čičerins.

Ведущий: А что он вам показал? Визитную карточку, может, протянул? Что на ней написано было?

Голос по телефону: Он ничего. Он только zemesgrāmata (tālāk — neskaidri). Он хозяин этого дома — он так нам сказал.

Ведущий: А что вы ему сказали в ответ? Вы же, наверное, не согласны были?

Голос по телефону: Я не согласна были. Я подала в abgabaltiesā. И теперь мы первый суд, который был, три суда, отложили. И теперь меняется у нас судья, и суд с прошлого года не был. Не заставил... не состоялся еще.

Ведущий: И как вы думаете, каковы ваши шансы выиграть это дело и восстановить, что называется, поправную справедливость, Марите?

Голос по телефону: Я думаю, нам надо было все сперва... Pirmo. Pirmo izpirkšanas līgumu dot нам, матери, не сразу. И не сразу перекупить другому человеку.

Ведущий: Думаете ли вы, что вас обманули? Юридически, так сказать, обвели вокруг пальца вот в вашем конкретном случае? Не хочется же терять пусть и часть отчего дома?

Голос по телефону: Я думаю, что... Я думаю, что да.

Ведущий: И как вы думаете, кто виноват вообще в этой ситуации? Кто, кто то, тот олицетворение нехороших замыслов, которые вот реализовались в отношении вас и вашего имущества?

Голос по телефону: Ну это вот брат и жена, которая пьяница.

Ведущий: Как вы думаете, своей ли смертью она умерла, или помогли? Уж извините за такой вопрос?

Голос по телефону: Она еще жива. Брат умерши.

Ведущий: А брату?

Голос по телефону: Brālim bija barības vada plūsums.

Ведущий: Разрыв пищевода, сказала Марите.

Голос по телефону: Да.

Ведущий: Обращались ли вы за помощью к каким-то другим юристам? Может, вы могли бы...

Голос по телефону: У меня есть свой юрист. Юрист... Мы всем делом занимаемся уже с 2005 года.

Ведущий: У вас не было желания обратиться и в Дом Москвы, потому что все-таки там господин Чичерин принимает, дает какие-то консультации?

Голос по телефону: Нет. Не буду с ними встречаться больше до суда. Пусть они меня не тревожат даже по телефону.

Ведущий: Спасибо, Марите, вам за это короткое телефонное интервью. Марите Упмале — женщина, которая тоже столкнулась с человеком по фамилии Чичерин, и речь идет тоже о возможной потере ее имущества. 67357431 — телефон прямого эфира. mamikins@tv5.lv — адрес для ваших электронных посланий. И вот еще одно, кстати, мнение о Доме Москвы. «Мое мнение» — пишет человек анонимный. Дмитрий. «После неоднократного посещения и неоднократного участия в мероприятиях Дома Москвы — данное заведение является последним пристанищем совковости в Латвии. И дело здесь не в том, что это Дом Москвы, а в том отношении и умении организаторов мероприятий. Как говорит незабвенный лидер, кадры решают все. Увы...» Господин Силов! Может быть, вам есть что-то просто сказать, что-то прокомментировать в случае Марите Упмале. Опять фамилия вашего арендатора.

Ю. Силов: Да он не мой арендатор. Мой арендатор — Михаил Иоффе. А я просто чувствую себя чужим на этом празднике юридическом. А Чичерина — в общем-то такой бенефис, водевиль. Но я не вижу здесь никакой своей роли. И чисто по-человечески вот с Натальей Бессоновой вот в понедельник мы постараемся вникнуть в ее проблемы, так или иначе помочь. Все остальное как-то, как-то не наше.

Ведущий: Но может быть, вы можете высказать свое предположение или ответить вот на какой вопрос: почему допустим, Центр французской культуры при французском посольстве, вот сколько известно обществу журналистов, вот никогда не был связан с такими или похожими историями? Почему отдел культуры посольства Соединенных Штатов Америки ни разу не был вовлечен в такие вот истории? Но почему-то именно, скажем так, Дом Москвы вольно или невольно, против вашей воли или по молчаливому согласию, но вот ввязан вот в такие истории? Почему так случилось именно с Домом Москвы?

Ю. Силов: Не принимаю никоим образом участие Дома Москвы в этих грязных историях. Еще раз повторяю, что да, Михаил Иоффе является нашим арендатором. Славный юрист, который занимается социальными вопросами. Он помогает нашим партизанам в Страсбурге. Наказывает всех тех недобросовестных, будем так говорить, или будем можем сказать вражеских... Все те юридические дела, которые были повернуты на наших славных ветеранов — вот это та компания, с кем мы работаем. Та юридическая компания, с кем мы работаем. Все остальное — это для меня совершенно новая юридическая страница, и предстоит самое серьезное разбирательство именно с нашим арендатором Михаилом Иоффе.

Ведущий: Есть от Натальи...

Ю. Силов: Что касается того, что вы тут так или иначе передергиваете, у меня, я сейчас подумал...

Ведущий: Почему передергиваю? Вопрос задал! Можете не отвечать. Можете сказать «нет комментариев».

Ю. Силов: Да уж лучше отвечу. Да уж лучше отвечу. Я еще скажу о том, что nothing special... Да. Об этом мы отдельно эти ремарки сделаем. Так вот что касается того, что вы периодически стараетесь услышать от меня, что если у человека написано в визитке... Правда, я не видел визитки Чичерина, и стоит ли там его адрес пребывания «Дом Москвы» — это вопрос. У меня в моей визитнице порядка двухсот или трехсот визиток с гербами Российской Федерации. Это совсем не говорит о том, что...

Ведущий: А вот смотрите. Виталька сейчас принесет еще одну визитку.

Ю. Силов: ... что это люди, что это люди...

Н. Бессонова: Дом Москвы.

Ю. Силов: Ну юридическая фирма «Jurlems». Чичерина Наталья, юрисконсульт.

Н. Бессонова: Дом Москвы.

Ю. Силов: Рига, улица Марияс, 4. Офис...

Н. Бессонова: «Дом Москвы» там написано.

Ю. Силов: Да, Дом Москвы. Телефон. Я имею в виду вот юридический адрес. Так вот у меня с орлами, с гербом Российской Федерации визиток не знаю, двести, триста визитница. Это не говорит о том, что это люди администрации президента и что это люди, имеющие отношение МИДу.

Ведущий: Ну вот смотрите, у меня на визитке нет герба, потому что мы не связаны с Домом Москвы. Но если, как вы говорите, ваши арендаторы не связаны с Домом Москвы, то что же они везде орлов двухглавых и герб российский?

Ю. Силов: Да нет, орлов-то там не видно. Там логотип их компании и не более. И адрес, где они находятся.

Ведущий: Таисия из Риги — наш следующий звонок по телефону. Таисия, слышите нас?

Голос по телефону: Да.

Ведущий: Прошу вас, добрый вечер!

Голос по телефону: Добрый вечер!

Ведущий: Ну, говорите, Таисия!

Голос по телефону: Да. Я. Сейчас. Я... Муж у меня был инвалид войны первой группы. Умер. Мы женаты с сорок пятого года. Он долго болел. Раньше вот я в собес приходила, вот как говорят, как в родной дом. Поговорить, потом...

Ведущий: Собес — это отдел социальной помощи при посольстве, вы имеете в виду вероятно?

Голос по телефону: Да, да.

Ю. Силов: На улице Пилс?

Голос по телефону: Теперь он на Пилс. Я еще ходила когда. Ну он долго болел. У него был остеомиелит. Осколки у него в бедре были. И я за ним ходила до конца. Он очень тяжело болел. И я пришла в собес теперешний, там даже меня... Кто-то там был, я просила начальника. Вышли в коридор и в коридоре он выслушал меня. Я рассказала, что мы 59 лет прожили вместе. Я за ним смотрела. Ну тяжелый человек был, глухой и слепой. Даже вот ему была положена путевка с сопровождением. Еще при жизни, когда уже ему оставалось мало жить, попросили путевку в санаторий И получили отказ. Потому что нет путевок. Я пошла...

Ведущий: Ну и как вы думаете — только очень коротко — просто экономим эфирное время, кто вот виноват в этой ситуации?

Голос по телефону: Ну какую я могу получить помощь, если я не хожу. У меня две операции.

Ведущий: От Дома Москвы? Спасибо. Господин Силов! Можете ответить Таисии? Какая помощь за Дом Москвы? В ее вот случае — и с мужем, и сама вот...

Ю. Силов: Ну в этом случае нужно, конечно, обратиться в отдел социального обеспечения, о чем мы с вами говорили. А еще лучше пригласить в самом деле замечательного, доброго очень профессионального специалиста, руководителя этой службы Чишкова Сергея Акимовича. Мне кажется, тема для разговоров есть.

Ведущий: Вот Ольга написала: «Я хотела бы выразить господину Силову отдельное спасибо за все мероприятия, которые проходят в Доме Москвы. перестаньте из-за примера Иоффе все обязательства перекладывать на Дом Москвы. Вызовите к себе Тованцева, у которого таких примеров с киданием людей много. А также правительство — пусть отвечают за все, что они сделали против», — написала Ольга. А Наталья — тоже слово в защиту господина Силова — Дом Москвы в лице господина Силова, Ларисы Ткаченко за предоставленную учебную и художественную литературу, которую получили учителя города Даугавпилса, поощрительную поездку в Великий Устюг и возможность посетить творческие вечера и все такое. Вам желают удачи, господин Силов.

Ю. Силов: Спасибо.

Ведущий: Кстати, еще один вопрос пришел за эфиром: а можно ли жителям других городов рассчитывать на помощь от Дома Москвы — моральную или материальную, или это только рижане?

Ю. Силов: Спросите у жителей других городов.

Ведущий: А вы не знаете?

Ю. Силов: Я знаю прекрасно. Приезжайте в Даугавпилс, посмотрите на памятник.

Ведущий: Ну сейчас можете ответить?

Ю. Силов: Замечательного, замечательного градоначальника. Первый памятник, который за все время независимой Латвии был открыт русскому человеку. А имею в виду Анатолия Федоровича Дубровина. Памятник, который стоит в центре Даугавпилса, в его сквере как пример того, что Дом Москвы делает в других городах. Лиепая...

Ведущий: Поставил в Даугавпилсе?

Ю. Силов: Поставил памятник заслуженному человеку в правильном месте. И в правильное время. В Лиепе, которую в этом году посетил главный российский Дед Мороз из великого Устюга, на новогодние праздники и собрал более трех тысяч детишек в Ледовом Дворце. В Резекне ветераны, которые получили сейчас слуховые аппараты, танометры. Вот это то, что было в декабре. География достаточно широкая.

Ведущий: Василий пишет. Василий пишет с inbox.lv: «Скажите, пожалуйста, какая заработная плата руководителя Дома Москвы?» Конец вопроса.

Ю. Силов: Ну заработная плата руководителя Дома Москвы 900 латов.

Ведущий: У нас есть звонок от Алесандра из Риги, если я не ошибаюсь. Александр, слышите нас?

Голос по телефону: Да.

Ведущий: А мы слышим вас. Вы уже в эфире, добрый вечер!

Голос по телефону: Я не буду как вопрос, ближе как риторичку. Не кажется ли вам, что Дом Москвы играет чисто политическую такую цель, да? Добиваться, чтобы русские люди были ну как настроены против латвийского государства. Да? И буду еще, скажу вот такие фамилии как Иоффе, как Дзержинский, как Жданок, Плинер, и такие я могу назвать очень многие, да. И не думаете ли вы, что они используют русский народ, как оружие в своих руках и как дойные коровы. Овцы, которые можно стричь.

Ведущий: М-гм...

Ю. Силов: Я хотел бы сказать, спасибо за вашу реплику, но я отвечу только по поводу роли и места Дома Москвы и латышского общества. Я с большим удовольствием прихожу в наш большой зал посмотреть на театральные представления, которые у нас делает музыкальный... Muzikālais teātris «Septiņi» — это профессиональные, хорошие классные просто сказать водевили. Это аншлаги. Я прихожу всегда с удовольствием смотреть на галереи, в которой выставляем латышских художников. Я принимал президентшу Вайру Вику Фрейбергу в Доме Москвы.

Ведущий: «Президентшу» — вы называете ее? Главу латвийского государства?

Ю. Силов: Президента нашего. Президента нашего.

Ведущий: Извините, послышалось.

Ю. Силов: Экс-президента, да. Вот. У нас был будучи практикующим врачом нынешний президент. Вот. Поэтому то, что медицинская конференция собрала в основном латышских специалистов и их встреча... Вот в ноябре месяце мы провели медицинскую конференцию по проблемам онкологии и педиатрии. И количество латышских врачей намного превышало тех гостей из Москвы, которые были у нас гостями на этой конференции.

Ведущий: А знает ли главный учредитель Дома Москвы господин Лужков, что помещения сдаются в аренду. Неужели что не достаточно московского финансирования, очень коротко прошу ответить, потому что эфирное время поджимает?

Ю. Силов: Мы называемся «Московский культурно-деловой центр». Так вот. Понятие о деловом центре подразумевает под собой юридические услуги и аренда помещений тех структур, которые работают прежде всего вот в нашем направлении. И еще раз хочу сказать в примере вот с фирмой „Jurlems”, что у нас арендатор Михаил Иоффе. Человек, который ведет те дела, о которых слышали, я думаю, все жители нашей страны.

Ведущий: Ну и еще одно сообщение: «Столкнулась с Домом Москвы по ходу работы. Наша фирма устраивала там выставку. Мало того, что сумма круглая за аренду была снята, так еще и натерпелась хамского отношения от администрации Дома Москвы», — пишет Анжела. — «Может, просто день тогда такой выдался.» Я благодарю вас, господин Силов, за то, что вы отвечали, может быть, не на самые легкие вопросы в своей жизни. Весь этот час директор Дома Москвы Юрий Силов был в студии программы «Без цензуры». Спасибо и семье Бессоновых — Наталье с детьми — за то, что пришли на час прямого эфира. А служба новостей телеканала TV5 будет продолжать за развитием событий вокруг квартиры семьи Бессоновых и тех юридических услугах, которые были оказаны этой семье. Я же прощаюсь до понедельника и говорю «Не выключайтесь!», потому что впереди программа «Вечер новостей».

РЕКЛАМА: Стиль ведущих в сотрудничестве с «Goldwell».

ФИНАЛЬНАЯ ГОЛОВКА С ТИТРАМИ

