

УДК 81-11

**КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ  
САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ИНТЕРВЬЮЕРА  
(НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРВЬЮ С НЕМЕЦКИМИ ПОЛИТИКАМИ)**

**Нешенко Анна Владимировна**

канд. филол. наук

**Негода Дарья Дмитриевна**

студент

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

*author@apriori-journal.ru*

**Аннотация.** В статье раскрываются стратегические механизмы межличностного взаимодействия участников интервью. Особое внимание уделяется тактикам, способствующим реализации сближения и дистанцирования интервьюера и интервьюируемого.

**Ключевые слова:** дискурс; стратегия; тактика; коммуникативная стратегия самопрезентации.

---

**COMMUNICATIVE STRATEGY  
OF SELF-REPRESENTATION OF THE INTERVIEWER  
(BASED ON GERMAN POLITICIANS' INTERVIEWS)**

**Neshenko Anna Vladimirovna**

candidate of philology

**Negoda Darya Dmitriyevna**

student

Southern Federal University, Rostov-on-Don

**Abstract.** Strategic mechanisms of interpersonal interaction of participants of interview are examined in the article. The special attention is paid to tactics for bringing the interviewer and the interviewee either close together or apart.

**Key words:** discourse; strategy; tactic; communicative strategy of self-representation.

Рассмотрение дискурса как процесса, отражающего особенности взаимодействия между коммуникантами, говорящим (автором) и адресатом [1], дает возможность утверждать, что любой дискурс по своей сути диалогичен. Интернет-интервью, являющееся объектом данного исследования, представляет собой форму диалогического типа дискурса, актуализируемую в средствах массовой информации. Дискурсивными свойствами интернет-интервью как части интернет-дискурса являются информативность и интерактивность, наличие гиперссылок, несущих дополнительную информацию.

Выявлено, что основная задача интервьюируемого в интернет-интервью, размещенных на веб-сайте Planet Interview, представляющем собой объединение опытных журналистов, – не только информирование, но и собственное позитивное позиционирование, создание благоприятного впечатления о себе, представление себя в наиболее выгодном свете и, тем самым, обеспечение своего коммуникативного доминирования. Следовательно, в основе интернет-интервью лежит коммуникативная стратегия самопрезентации. Под коммуникативной стратегией мы понимаем коммуникативное поведение, комплекс речевых действий, направленных на достижение определенной коммуникативной цели. Стратегия самопрезентации реализуется в интервью с помощью разговорной (эмоционально-оценочно окрашенной) лексики, модальности (релятивы, минимизаторы, квантификаторы, фразеологизмы); функционально-прагматических экспрессивов (повторы, интенсификаторы, фигуры речи), отрицаний, залоговых форм.

Интервьюер управляет ходом развития диалога, преследует собственные цели и является оптимизатором коммуникации [2, с. 10]. Использование коммуникативной стратегии самопрезентации подразумевает воздействие на адресанта: описание и интерпретирование событий в соответствии со своими представлениями о мире; управление воспри-

ятием ситуации адресанта; завоевание читательской аудитории; формирование отношения к себе [3].

Необходимо особо отметить, что стратегия самопрезентации интервьюера реализуется посредством коммуникативных тактик и непосредственно связана с коммуникативными стратегиями сближения и дистанцирования.

В рамках стратегии сближения выделено шесть основных тактик стратегии самопрезентации интервьюера в немецкоязычном интернет-интервью.

Тактика-вопрос к компетентному лицу, мнение которого уважаемо и не требует практически никаких комментариев и не вызывает возражений, в форме ряда последовательных вопросов, свидетельствует о готовности интервьюируемого впитывать новую для него информацию и делиться ею с читателем:

- *Herr Wüppesahl, in welchem Bundesland ist die Polizei Ihrer Ansicht nach vorbildlich?* [4].
- *Господин Вюппезал, в какой федеральной земле, с Вашей точки зрения, образцовая полиция?*

Тактика обращения к компетентному лицу схожа с тактикой цитирования. Мнение авторитетных лиц служит возвышению образа интервьюера в глазах читателя:

Тактика контроля над темой в процессе подробного изложения событий дает возможность показать собеседнику высокую степень осведомленности интервьюера, его беспристрастность:

*Es gab zahlreiche andere Verfahren gegen Sie* [4].

*Были и другие многочисленные случаи, которые плачевно закончились для Вас.*

Тактика продолжения реплики интервьюируемого интервьюером свидетельствует о том, что интервьюер полностью понимает причину

прерывания фразы и разделяет позицию собеседника, испытывает те же эмоции по отношению к описываемой ситуации:

*Wüppesahl: Weil ansonsten der Beamtenstatus der Polizisten gefährdet wäre. Deshalb gibt es nur in seltenen Fällen höhere Strafen – also bei Fällen, die so krass sind, dass die Strafe ganz klar über einem Jahr liegen muss. Wie etwa bei dem Journalisten Oliver Neß ...*

*...einem WDR-Journalisten, der 1994 bei einer Demonstration in Hamburg verprügelt wurde und einen doppelten Bänderriss im Sprunggelenk erlitt [4].*

*Вюппезал: Иначе, в противном случае пострадал бы статус полицейских. Поэтому лишь в исключительных случаях предусмотрены высокие штрафы – в особенно выдающихся случаях, когда штрафные санкции длятся более года. Как, например, в случае с журналистом Оливером Нессом...*

*... журналистом Западногерманского радио, который был избит в 1994 на демонстрации в Гамбурге, после чего страдал от двойного разрыв связок лодыжки.*

Тактика вопроса и ответа используется интервьюером не только в связи с отсутствием ответа собеседника, который бы устроил интервьюера, но и с целью выражения собственного отношения к поставленному вопросу.

Тактика смены коммуникативных ролей проходит гладко, без дальнейшего перебивания и пауз: участники интервью, обменявшись мнениями, вновь занимают прежние позиции, что не нарушает, а наоборот усиливает их кооперацию. С помощью этой тактики интервьюируемый, не находя ответа на вопрос интервьюера и веря в его компетентность, задает вопросы и получает устраивающие обоих ответы:

*Bofinger: ... Ansonsten schaden hohe Gehälter ja niemandem – warum sollte ich also jemandem verbieten, sie zu zahlen?*

*Weil zu hohe Gehälter ab einer bestimmten Grenze in keinem Verhältnis zur erbrachten Arbeitsleistung mehr stehen, sie damit volkswirtschaftlich unsinnig und obendrein sozial ungerecht sind.*

*Bofinger: Aber dann müsste ich eine Deckelung ja nicht nur für Topmanager einführen sondern auch für Künstler oder Profisportler. Wenn dann ein Künstler ein Gemälde in drei Tagen malt und es dann für zehn Millionen verkauft – einfach weil er so bekannt ist – warum soll ich ihn dann dazu zwingen, seiner Küchenhilfe, die ihn in den drei Tagen bekocht hat, ein Zwölftel der Summe an Lohn zu zahlen? Oder warum sollte ich einem Profifußballer in Zürich nur das Zwölfwache des Platzwartes zahlen dürfen?*

*Vielleicht, weil die Gesellschaft sich nach einer Verhältnismäßigkeit sehnt, die in Zeiten des Turbokapitalismus nicht mehr gegeben ist [6].*

*Бофингер:....В целом, высокие зарплаты еще никому не навредили. Почему я должен запрещать кому-то, чтобы он их платил?*

*Так как слишком высокие зарплаты не прямо пропорциональны производительности труда, с точки зрения всеобщего блага бессмысленны, а вместе с тем еще и социально несправедливы.*

*Bofinger: Но тогда я должен был бы вводить ограничения в размере зарплаты не только для топ-менеджеров, но и для художников или профессиональных спортсменов. Если художник рисует картину за 3 дня, а продает за 10 млн. – так как он настолько известен – почему я должен принуждать его отдать поваренку, который готовил пищу для него в течение 3 дней, двенадцатую часть заработка? Или почему я должен платить профессиональному футболисту в Цюрихе в 12 раз больше, чем сторожу спортплощадки?*

*Вероятно, из-за того, что общество тоскует по пропорциональности, которая абсолютно отсутствует во времена стремительно развивающегося капитализма.*

Стратегия самопрезентирования интервьюера в рамках стратегии дистанцирования реализуется в немецкоязычном интернет-интервью с помощью трёх коммуникативных тактик.

Тактика смены темы служит способом отвлечь внимание читателя, затронув новую, не менее компрометирующую тему:

*Nun sind Sie erst seit 2008 Mitglied der Grünen. Bekannt wurden Sie durch ihr Engagement als Aktivist bei den Globalisierungskritikern von Attac. Braucht es nun eine Partei oder eine Bürgerrechtsbewegung, um politisch Einfluss zu nehmen? [5].*

*Вы член партии «зеленых» всего лишь с 2008 года. Вы известны как активист среди критиков глобализации «Атаки». Достаточно ли состоять в одной партии или в одном гражданско-правовом движении, чтобы иметь политическое влияние?*

Дальнейшее развитие обозначенной темы, как правило, носит иронический, порой саркастический характер, и рассчитано на компетентного и внимательного читателя, который понимает подтекст каждой реплики:

*Würden Sie den Schritt in eine Partei erneut gehen? [5].*

*А Вы бы сейчас вступили в новую партию?*

Интервьюер контролирует развитие событий: намеренно не меняет тему, показывая собственное превосходство, наоборот, старается углубиться в подробности:

*Wo haben Sie mehr erreicht – bei den Grünen oder bei Attac?*

*Giegold: Das ist im Wesentlichen dieselbe Frage wie zuvor auch [5].*

*Nicht ganz.*

*Где Вы достигли больше – в партии Зеленых и в Атаке?*

*Гигольд: По существу это такой же вопрос, как и прозвучавший ранее.*

*Не совсем.*

Тактика ответа-вопроса предполагает фактическое несогласие интервьюируемого с высказанным интервьюером утверждением. Интервьюер занимает позицию конфронтации не только по отношению к точке зрения интервьюируемого в связи с конкретным вопросом, но и не принимает абсолютно все его взгляды на жизнь:

*Herr Giegold, viele Kommentatoren stellen angesichts der Krise in der Ukraine ein Erstarren von Protektionismus und Nationalstaaterei in der EU fest. Keine gute Zeit für die anstehenden Europawahlen, oder?*

*Sven Giegold: Im Gegenteil: Die EU stand seit der Euro-Krise unter starker Spannung. Nun haben wir eine gemeinsame Reaktion der Europäer auf die Ukraine-Krise gesehen. Das hat die europäischen Staaten wieder zusammengeschweißt [5].*

*Господин Гигольд, многие комментаторы в связи с кризисом на Украине отмечают усиление протекционизма и национальной государственности в ЕС. Плохое время для проведения европейских выборов, не так ли?*

*Свен Гигольд. Напротив: с момента кризиса евро ЕС находится в сильном напряжении. Но лишь сейчас мы увидели общую реакцию европейцев на кризис на Украине. Это снова слотило европейские государства.*

С помощью тактики-провокации интервьюер задает собеседнику вопрос, имеющий подтекст, и получает развернутый ответ. Опрометчивая ответная реплика интервьюируемого является его идеологическим поражением:

*Ein großes Thema ist seit einiger Zeit das geplante Freihandelsabkommen mit den USA, das „Transatlantic Trade and Investment Partnership“, kurz TTIP. Können Sie uns erklären, warum dieses Abkommen größtenteils hinter verschlossenen Türen verhandelt wird?*

*Sie und die anderen grüne Spitzenkandidaten für die Europawahl, die die Leitlinien für die Verhandlungen des Abkommens trotz Geheimhaltungs-*

*verpflichtung veröffentlicht haben, kritisieren, dass durch die Pläne nationale Eigenheiten in Frage gestellt werden... [5].*

*Важная тема с некоторых пор – запланированное торговое соглашение с США, «О трансатлантической торговле и инвестиционном вложении денег». Можете ли Вы объяснить нам, почему это соглашение разбирается большей частью за закрытыми дверьми?*

*Вы и другие, баллотирующиеся на европейские выборы кандидаты от партии зеленых, которые разгласили информацию о торговом соглашении вопреки обязательству хранить ее в тайне, критикуют планы, которые могут поставить под удар наши национальные интересы...*

Итак, стратегия самопрезентации является основной коммуникативной стратегией, реализующей главную цель интервьюера - воздействие на читателя. Выбор вида тактик (сближения или отдаления) зависит от отношения интервьюера к интервьюируемому. В случае, если они являются единомышленниками, интервьюируемый интересен, симпатичен интервьюеру, возникает кооперация. Если интервьюер изобличает профессиональные и личностные недостатки собеседника, мы имеем дело с дистанцированием. В рамках интернет-интервью интервьюер наделяется полномочиями, превалирующими над возможностями интервьюируемого: пристально следит, управляет, манипулирует ходом интервью (сближается с интервьюируемым или дистанцируется от него), предотвращает любые попытки интервьюируемого занять свое место. Мнение, точка зрения интервьюера вводится в абсолют. Интервьюер рассчитывает на свою целевую аудиторию, вдумчивого, внимательного читателя, который сумеет увидеть за безобидными вопросами юмор, иронию, а порой и сарказм. Интервьюер в случае дистанцирования изобличает и критикует собеседника.

Анализ интервью с точки зрения дискурса дает возможность рассмотреть не только текст (результат речевой деятельности), но и процесс ре-



чевого взаимодействия партнеров коммуникации в определенной ситуации общении. Предметом исследования при таком подходе становится межличностное взаимодействие, пересечение двух линий поведения, которые реализуются во взаимодействии интенций участников интервью.

Указанные тенденции, имеющие место в современном интернет-интервью, безусловно, являются предзнаменованием перемен, которые со временем коснутся и традиционного газетного интервью. Интердискурсивность этого жанра больше не вызывание сомнений и является уникальным способом многогранного раскрытия личности журналиста в процессе осуществления интервью. Интернет-интервью является единой в своем роде формой изобличения некомпетентности, примитивности и недалекости современных политиков, а также формой возвышения их в глазах общественности посредством коммуникативных стратегий и тактик интервьюируемого. По средствам интернета осуществляется диалогическое взаимодействие, имеющее новые формы, и, безусловно, развивающее уже имеющиеся: интернет вносит большой вклад в развитие механизма коммуникативного общения в процессе интервью.

## Список использованных источников

1. Михальская А.К. Основы риторики: Мысль и слово. М.: Просвещение, 1996. 416 с.
2. Мамонт Б.В. Эффективность контактоустанавливающей функции в рамках ведения интервью: сущность и система оптимизации. Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. Краснодар, 2009. 24 с.
3. Красноперова Ю.В. Дискурсивные стратегии участников интервью. Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. Иркутск, 2004. 26 с.
4. Grundke S. Thomas Wüppesahl. Wir brauchen wieder nachdenkliche Köpfe bei der Polizei. Planet Interview; 22. Oktober 2014 [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://www.planet-interview.de/interviews/thomas-wueppesahl/46485> (дата обращения: 05.03.2015).
5. Grundke S. Sven Giegold. Der Wille der Bürger wird in Brüssel sehr wohl in Politik übersetzt. Planet Interview; 22. Mai 2014 [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://www.planet-interview.de/interviews/sven-giegold/44949> (дата обращения: 05.03.2015).
6. Grundke S. Peter Bofinger. Hohe Gehälter schaden niemandem. Planet Interview; 02. Dezember 2013 [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://www.planet-interview.de/interviews/peter-bofinger/42863> (дата обращения: 05.03.2015).