

Роль коммуникативных стратегий и тактик в создании образа героя в портретном интервью (на материале проекта Юлии Меньшовой «Сама Меньшова»)

Научный руководитель – Волошина Светлана Владимировна

Цыганкова Анастасия Андреевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия

E-mail: stasia_ogneva@mail.ru

В условиях цифровой фрагментации аудитории портретное интервью становится ключевым продуктом для удержания публики. Эффективность этого жанра зависит от коммуникативной компетенции ведущего, однако лингвопрагматических исследований, анализирующих стиль конкретных интервьюеров на значительном материале, недостаточно [3].

Цель доклада – выявление и описание системы коммуникативных стратегий и тактик, используемых Юлией Меньшовой в проекте «Сама Меньшова».

Материал исследования – 20 интервью видеопроекта «Сама Меньшова» (2023–2025 гг.) с представителями различных профессий (певица Татьяна Буланова, актриса Мария Аронова, телеведущий Александр Рогов и др.).

В основу работы положен синтез методов лингвопрагматического анализа, дискурс-анализа [1; 2] в рамках медиалингвистического подхода [5].

В результате исследования выявлена иерархическая система коммуникативных стратегий, реализуемых Юлией Меньшовой через конкретные коммуникативные тактики:

1. Стратегия создания «ситуации доверия» – стратегия, обеспечивающая психологическую безопасность собеседника, реализуемая следующими тактиками:

-*обращение к личному опыту*: в начале интервью ведущая выстраивает равный диалог с героем, апеллируя к общим воспоминаниям: «*Мы встречались с тобой десять лет тому назад...*» в интервью с Марией Ароновой. Тактику реализуют обстоятельства времени, местоимение «мы», глаголы в форме прошедшего времени множественного числа;

-*вербально-невербальная эмпатия*: поддержка собеседника через интонацию, жесты, мимику, оценочные высказывания: «*О боже!*» в интервью с Сергеем Жуковым. Тактика выражается через эмоционально окрашенные слова, восклицательные высказывания;

-*тактика одобрения поступков собеседника*: «*Может, вся тема в том и заключается, что не нужно вообще ничего загадывать*» в интервью с Татьяной Булановой. Тактика реализуется через вводные слова, обобщенно-личные предложения.

2. Стратегия конструирования нарратива – выстраивание разговора как полноценной истории героя. Эта стратегия репрезентируется такими тактиками, как:

-*тактика обращения к ситуации*: погружение в чувства, переживания, которые испытывал герой интервью в какой-то момент прошлого, обращение к воспоминаниям: «*А за что вас любят женщины? Вы знаете? Вы анализировали это?*» в интервью с Александром Роговым. Эта тактика выражается обращением к перцептивной лексике, лексике, вербализующей процессы памяти;

-*апелляция к биографии*: внимание к поворотным моментам жизни героя: «*Скажи мне, пожалуйста, как ты поехала в самый первый раз в госпиталь?*» в интервью с Олесей Железняк. Тактика выражается через наречия времени, глаголы в прошедшем времени.

3. Стратегия прояснения – коммуникативные действия ведущей, направленные на выяснение обстоятельств сообщаемого интервьюируемым. Наиболее яркими тактиками ее реализации выступают:

-*уточнение*: ведущая предлагает свою версию событий: «*Ну то есть, условно говоря, во время Рождества идет “Щелкунчик”, и страна с этого не получает ничего?*». Тактику реализуют вводные слова, конструкции, повторяющие слова героя;

-*пауза как инструмент непрямого вопроса*: использование молчания для управления разговором [2] – пауза побуждает собеседника продолжить мысль.

4. **Стратегия подведения итогов** – реализуется через обобщающие реплики и рефлексивные вопросы, завершающие разговор и формирующие целостный образ героя. Среди тактик стратегии отметим:

-*резюмирующий монолог, репрезентируемый вводными словами со значением подведения итогов*: ведущая в финале обобщает ключевые смыслы беседы, создавая целостный портрет: «*Ты выбрала такую свою нишу на “Ютубе”... это в общем-то всегда про что-то доброе, хорошее, позитивное, хотя, когда ты пришла в социальные сети, на “Ютуб”, было модно скандалы, интриги, расследования...*». Тактика реализуется вводными словами, перечислительными конструкциями;

- *«открытый финал» с рефлексивным вопросом*, оставляющим пространство для размышления: «*А как ты себя идентифицируешь?*» в интервью с Ириной Горбачевой. Тактика выражается через возвратные местоимения, вопросительные предложения, интонацию незавершенности.

Таким образом, коммуникативный стиль Юлии Меньшовой основывается на использовании ряда коммуникативных стратегий, где доминирующей является установка на кооперацию и доверие, что служит глубинному раскрытию личности интервьюируемого [3]. Стратегии реализуются при помощи тактик, репрезентируемых различными типами вопросов (риторическими, рефлексивными и др.), паузами, поддерживающими репликами, обобщающими монологами в финале.

Источники и литература

- 1) Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и институтов / Е.В. Клюев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
- 2) Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
- 3) Шостак М.И. Журналист и его произведение / М.И. Шостак. – М. : ГЕНДАЛЬФ, 2011. – 296 с.
- 4) Славкин В.В. Телевизионное интервью: жанр, метод, стиль / В.В. Славкин // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2019. – № 4. – С. 78–99.
- 5) Добросклонская. Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2008. – 264 с.