

Круглый стол
«ЛИНГВОМЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКИ
СТУДЕНТОВ МЛАДШИХ КУРСОВ»

Ю. Леонович

КОММУНИКАТИВНАЯ ТАКТИКА ЗАПРОСА САМООЦЕНКИ
В ПОРТРЕТНОМ ИНТЕРВЬЮ

Цель доклада заключается в выявлении и описании тактики запроса самооценки в портретном интервью. Материалом послужили видеоинтервью с В. Цоем, С. Полуниным, А. Лапенко, размещенные в сети Интернет на сайте *youtube.com*

Жанр портретного интервью широко представлен в медиапространстве. *Портретное интервью* – это «продолжительное общение журналиста с собеседником, целью которого является раскрытие его индивидуальности перед аудиторией» (С. Н. Ильченко).

Интервьюер выступает в роли фундаментального связующего и регуляторного звена между интервьюируемым и аудиторией. Он задает направление разговора и делает акценты на представляющих особый интерес деталях, что в совокупности можно обозначить как коммуникативную стратегию. В нашем исследовании под *стратегией* мы понимаем «набор определенных речевых действий/поступков человека, направленных на достижение той или иной цели». Тактика представляет собой «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» (О. С. Иссерс).

В результате исследования были выделены следующие способы реализации тактики запроса самооценки.

1) Выражение распространенного среди аудитории мнения о субъекте интервью: *«Вот Додолев написал о тебе, что ты из тех рок-музыкантов, которому просто явно грозит звездная болезнь».*

Интервьюер (Н. Башкирова) высказывает популярную точку зрения о В. Цое, апеллируя к мнению авторитетного лица и используя прием обобщения, что позволяет сравнить устоявшийся среди зрителей образ и личную оценку интервьюируемого (В. Цоя).

2) Использование альтернативного вопроса: *«А ты добро или зло?»*

Данный метод является запросом зеркального имиджа: он наталкивает интервьюируемого (С. Полунина) на проведение самоанализа и причисление себя к определенной категории. Заданный вопрос отсылает к высказываниям С. Полунина о добрых и злых людях. Исходя из ответа, аудитория выносит суждение о личной оценке интервьюируемого.

3) Запрос персональной оценки: *«Как ты сам оцениваешь себя как актера?»*

Интервьюер (Ю. Дудь) представляет интервьюируемого (А. Лапенко) в качестве эксперта и просит дать оценку своему творчеству.

Тактика запроса самооценки, реализующая коммуникативную стратегию создания журналистом имиджа интервьюируемого, играет ключевую роль в установлении связи между аудиторией и интервьюируемым, являясь одним из этапов формирования правдивого портрета гостя.