

4. *Троценко, Г. С.* Аллофонное варьирование в неродном языке: экспериментально-фонетическое исследование на материале русской речи англичан : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Г. С. Троценко ; Ленингр. гос. ун-т. – Л., 1989. – 16 с.
5. *Кусанова, Б. Х.* Фонетическая интерференция на уровне слога С+Г, С+С в инициальной позиции (материале английского и русского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Б. Х. Кусанова ; Моск. гос. лингв. ун-т. – М., 1996. – 18 с.
6. *Карневская, Е. Б.* Когнитивные основы идентификации отклонений от произносительной нормы в реализации сегментных единиц / Е. Б. Карневская // Материалы ежегод. науч. конф. преподавателей и аспирантов ун-та, 27–28 апр. 2010 г. : в 5 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Н. П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2010. – Ч. 3. – С. 43–46.
7. Когнитивно-типологические основы определения отклонений от произносительной нормы языка: отчет о НИР / (промежут.); рук. Е. Б. Карневская ; испол. Е. Б. Карневская, Е. Д. Долматова [и др.]. – Минск, 2010. – 116 с. – Библиогр. : с. 86–94. – № госрегистрации 2006867.
8. *Долматова, Е. Д.* Модификации английских согласных в связной речи (экспериментально-фонетическое исследование на материале британского варианта современного английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. Д. Долматова. – Минск, 2014. – 200 л.
9. *Наследов, А. Д.* SPSS 15: профессиональный статистический анализ данных / А. Д. Наследов. – СПб. [и др.] : Питер, 2008. – 412 с.

The article is concerned with the study of allophonic variation of obstruents in the spontaneous speech of native and non-native speakers of English. The differences and similarities of the English consonant realization in spontaneous speech by the above-mentioned groups of speakers have been shown on the acoustic level.

Поступила в редакцию 14.03.18

Г. А. Змудяк

ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ В ТЕЛЕИНТЕРВЬЮ (на материале французского языка)

В данной статье рассматриваются особенности фатического общения во французских телеинтервью, где наличие телеведущего, гостей интервью, телезрителя определяет его специфику. Основной задачей ведущего является особое построение диалога с приглашенным в студию гостем (гостями) таким образом, чтобы максимально заинтересовать и привлечь внимание зрителя, который является конечным адресатом в данной речевой ситуации. В связи с этим телеведущий использует разнообразные тактики воздействия на адресата (гостя телепередачи), чтобы, тем самым, наиболее эффективно воздействовать на телезрителя.

Современная лингвистика проявляет большой интерес к коммуникативным и прагматическим компонентам языковых и речевых явлений в процессе общения (коммуникации). Коммуникативно-прагматический аспект требует внимания, как к собственно коммуникативным, так и к прагматическим компонентам языковых/речевых явлений. Коммуникативный аспект относится к общению в целом, прагматический связан с говорящим лицом, адресатом (в их статусных и ролевых отношениях), с ситуацией общения, выбором и контекстом употребления соответствующих единиц, с социальными разрешениями и запретами на те или иные речевые действия и т.д. Таким образом, коммуникативный и прагматический аспекты непрерывно связаны между собой.

Коммуникативная ситуация – это сложный комплекс внешних условий общения и внутренних состояний общающихся, представленных в высказывании, дискурсе. Этот комплекс, с одной стороны, порождает речь, с другой – отражается в речи в своих существенных компонентах. Важнейшими компонентами такой ситуации являются партнеры по общению – адресант и адресат, которые являются носителями определенных социальных статусов и ролей и взаимодействуют в соответствии с ними, что находит отражение в порождаемых дискурсах [1].

В речевом общении может быть выделен ряд аспектов, соответствующих поставленной говорящими задаче: информативный, прескриптивный (воздействие на адресата), экспрессивный (выражение эмоций, оценок), межличностный (регулирование отношений между собеседниками), игровой (апелляция к эстетическому восприятию, воображению, чувству юмора) и т.д. [2; с. 414].

Речевое общение несет в себе различные функции, что позволяет его классифицировать. По характеру передаваемого содержания различают общение информативное и фатическое. Последнее имеет основную установку на речевой контакт и поддержание с собеседником речевых и социальных отношений, на их регулирование.

Межличностные отношения представляют собой субъективно передаваемые взаимосвязи между людьми, объективно проявляющиеся в характере и способах взаимных влияний, оказываемых людьми друг на друга в процессе совместной деятельности и общения. Межличностные отношения есть как бы реализация безличных отношений в деятельности конкретных личностей, в актах их общения и взаимодействия. Специфической чертой этих отношений является эмоциональная основа, т.е. они возникают и складываются на основе определенных чувств и намерений, рождающихся у людей по отношению друг к другу. Тип межличностных отношений не безразличен к тому, как будет построено общение, которое существует в специфических формах [3; с. 384].

Диалог представляет собой особого рода совместную деятельность участников, каждый из которых в какой-то мере признает общую для них обоим цель или хотя бы направление диалога [4]. В естественной ком-

муникации трудно представить ситуации, когда поставленную цель можно достичь с помощью одного-единственного обращения к партнеру. Речевое общение вариативно: решение коммуникативной задачи допускает несколько способов (ходов). Участники диалога корректируют свои действия в зависимости от сложившейся ситуации, оставаясь в рамках единой сверхзадачи. Необходимо отметить, что сверхзадача и коммуникативные ходы соотносятся с понятиями стратегии и тактики.

Стратегия речевого поведения охватывает всю сферу построения процесса коммуникации, когда целью является достижение определенных долговременных результатов. Речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. Речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели [5].

Понятие стратегии может быть рассмотрено как с когнитивной, так и с лингвистической точки зрения. Когнитивный аспект подробно анализируется ван Дейком и Кинчем, которые рассматривают способы обработки сложной информации в памяти, когнитивные ходы в мышлении [6; с. 156–162]. Речевые стратегии (диалоговые – по классификации Ван Дейка) – специфические способы речевого поведения, осуществляемые под контролем «глобального намерения» [7; с. 272–277].

Речевая стратегия определяет семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего. В зависимости от степени «глобальности» намерений речевые стратегии могут характеризовать конкретный разговор с определенными целями (обратиться с просьбой и т.п.) и могут быть более общими, направленными на достижение общих социальных целей (установление и поддержание статуса, подтверждение власти и т.д.). В связи с этим разграничиваются общие и частные стратегии. Так, общая стратегия дискредитации реализуется в частных стратегиях обвинения, оскорбления, насмешки.

С функциональной точки зрения можно выделить основные и вспомогательные стратегии. Основная стратегия на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой для реализации мотивов и целей. В большинстве случаев это та стратегия, которая непосредственно связана с воздействием на адресата, а также на его модель мира, поведение. Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия (стратегия самопрезентации, статусные стратегии и т.п.).

Конечной целью любой речевой стратегии является коррекция мира адресата. Рядом предложений, реакций, контрпредложений коммуниканты вводят в разговор свои собственные интерпретации, желая сделать их общими и тем самым добиться реализации своего замысла.

Типичная речевая ситуация включает говорящего и слушающего и высказывания говорящего, с которыми связаны самые разнообразные виды

речевых актов. Однако говорящие могут осуществлять речевые акты не только по отношению к одному адресату, но и по отношению к определенному кругу других слушающих. Так, в телепередачах разговоры состоят из последовательных высказываний, которыми обмениваются два и более человека. С помощью каждого высказывания говорящий осуществляет иллокутивный акт, направленный на адресата. Однако именно зритель является конечным адресатом в данной речевой ситуации. Поэтому говорящий использует широкий набор языковых средств и речевых тактик, различных по способу воздействия на адресата (гостя телепередачи), чтобы максимально воздействовать на конечного адресата (телезрителя).

Важную роль в регулировании межличностных отношений играет тактика комплимента, которая относится к области ритуальных речевых действий. Однако, в отличие от чисто ритуальных речевых тактик (приветствие, прощание), комплимент предполагает некоторое творчество говорящего. Так, ведущий называет гостей программы: « *deux êtres d'exception, un invité un petit peu parfait* », « *Vous êtes parent de l'émission* ». Реакция адресата служит индикатором успешности комплимента: « *Merci, c'est gentil* », « *Et bien tout ça, merci beaucoup* », « *J'avoue que c'est super plaisant et c'est le plus beau compliment* ».

Реализация стратегических задач во многом зависит от коммуникативного контекста, в условиях которого осуществляется речевое общение. Говорящие используют вербальные сигналы «близости», чтобы управлять межличностной дистанцией. Такими сигналами могут быть прямые признания в симпатии « *tu es magnifique* », « *populaire, singulier, surprenant* », этикетные формулы « *on est ravi de vous revoir évidemment* », показатели включенности партнеров в сферу интересов говорящего « *le mois prochain elle commencera sa première tournée nationale* ». Тактики такого рода реализуют вербальную стратегию установления контакта и относятся к тактикам комплимента, которые используются для того, чтобы настроить на положительный лад гостей, приглашенных на интервью. Они также направлены на сужение межличностной дистанции и задают положительный настрой беседе.

Основной функцией комплимента является установление контакта и поддержание добрых отношений. Говорящий стремится вызвать симпатию у своего собеседника, расположить его к себе. Отличительной чертой комплимента является явная демонстрация интенции говорящего – желание сказать нечто приятное собеседнику. Такое прагматическое толкование комплимента обусловлено фатической функцией данного речевого акта, которая сводится к установлению и поддержанию контакта. С помощью комплиментов, которые являются всегда прямыми и отмечают внешние « *tu deviens de plus en plus belle* », « *mignon* », « *bien habillé* », нравственные « *une beauté italienne qui a du tempérament* », « *bien élevé* », интеллектуальные данные адресата « *intelligente* », адресант вызывает улыбку у адресата, что раскрепощает слушающего и вызывает желание участвовать в интервью.

В основу классификации комплиментов могут быть положены такие факторы, как наличие иллокутивного вынуждения, способ выражения интенции, наличие иных коммуникативных целей, кроме собственно цели комплимента. По наличию иллокутивного вынуждения комплименты делятся на инициативные и вынужденные. В интервью комплименты не являются вынужденными, так как они не являются ответами на вопрос или на другие речевые действия. Адресант (телеведущий) берет инициативу, высказывая лестный отзыв о госте. Позиция адресанта более сильная, поскольку его собеседник в соответствии с принципом вежливости должен его отблагодарить за проявленную симпатию « *C'est vrai ? Ça me touche énormément* », « *J'avoue que c'est super plaisant et c'est le plus beau compliment* ».

В интервью может быть представлен и антикомплимент. Так, высказывание телеведущего « *un véritable galopin de 90 printemps qui n'aime plus rien que nous faire des accourcissements récréatifs au cinéma* » должно, по мнению адресанта, польстить его гостю (*Ivry Gitlis*). Однако этот комплимент не очень нравится гостю. Это же замечает второй гость телестудии (*Monica Bellucci*), которая делает замечание ведущему « *Ivry n'est pas content quand on dit son âge* », « *parce que ce qui compte c'est l'âge de l'âme. Voilà* ». В свою очередь *Ivry Gitlis* отвечает ведущему « *Mais ce n'est pas mon âge. Vous avez un âge, monsieur ?* ».

Косвенный комплимент подразумевает оценку не самого человека, а того, что ему дорого. Высказывания телеведущего « *Son troisième album magnifique sort aujourd'hui, le mois prochain elle commencera sa première tournée nationale* » оценивают музыкальную деятельность адресата, что позволяет эффективно воздействовать на гостя телепередачи.

Телеведущий целенаправленно воздействует на адресата с тем, чтобы установить, поддержать, изменить диалог, перевести его в новую плоскость или на новый уровень. Отправитель комплимента предлагает (а иногда настойчиво навязывает) адресату желаемую, четко ангажированную позицию: « *Vous encadrez un peu tout ce qu'on a envie de montrer dans cette émission* », « *vous êtes parent de l'émission* ». Тем самым адресант дает понять адресату, что зрительская аудитория (*émission musicale*) заинтересована услышать как можно больше подробностей о творчестве музыканта.

Комплимент можно охарактеризовать как вдохновляющую речевую тактику, которая призвана завлечь, вдохновить адресата на совершение им определенных речевых действий, придать ему уверенность в себе: « *la femme la plus attirante du monde, une beauté italienne qui a du tempérament* » (*Monica Bellucci*), « *le meilleur violoniste au monde (Ivry Gitlis)* », « *populaire, surprenant, singulier, dérangent, drôle, émouvant, bien élevé, bien habillé* » (*Stromae*).

Использование качественных прилагательных (*formidable, gentil, belle, parfait, merveilleux, populaire, magnifique, surprenant, mignon* и т.д.), превосходной степени прилагательных (*la plus attirante du monde, le meilleur violoniste au monde*), абстрактных существительных (*une beauté, une chance, une simplicité, une efficacité...*) позволяет адресанту достичь своей цели.

Между коммуникантами устанавливается контакт, создается благоприятная атмосфера для диалога. Адресант (телеведущий) льстит адресату, рассказывает о его заслугах. Так, обращаясь к *Selena Gomez*, телеведущий говорит: « *C'est fantastique ! Comment fais-tu pour trouver du temps avec cet emploi du temps que tu as ? Tu enregistres des chansons, tu tournes des films* ».

Подчеркивая достижения *Stromae*, телеведущий утверждает, что « *Avec son nouvel album Stromae s'impose avec avec simplicité, efficacité. Très, très haut pour ses 28 ans ...* ».

Благодаря тактике комплимента, используемой телеведущим, адресат чувствует себя непринужденно и уверенно, что позволяет выстроить диалог таким образом, чтобы воздействовать на адресата (гостя телепередачи), а в итоге максимально воздействовать на конечного адресата (телезрителя).

В телеинтервью широко представлена тактика контроля над темой. Телеведущий осуществляет контроль – интеллектуальный, эмоциональный, поведенческий. Именно он является доминирующим партнером диалога. Телеведущий способен изменить тему, отслеживает очередность ролей, контролирует, кто говорит, сколько и о чем. Под видом ненавязчивой беседы адресант (телеведущий) наводит адресата на исследуемую тематику. Так вопрос « *Tu as toujours ce chapeau?* » показывает включенность ведущего в тему, его осведомленность о деятельности певицы в детстве. Этот вопрос приглашает певицу к беседе на тему, связанную с ее ранним творчеством. Следующий вопрос ведущего « *Tu aimais faire la comédie quand tu étais petite?* » подтверждает намерение адресанта поговорить о ранних этапах творчества знаменитости. Тактика успешна, *Selena Gomez* включается в диалог, развертывая тему в направлении, необходимом для телеведущего « *Lorsque j'étais petite je pensais que c'était le meilleur métier au monde* ». « *Oui, j'aimais beaucoup! Spécialement on se déguisait beaucoup, des fois je jouais le rôle d'Alice, des fois celui d'Alyson, et dans les autres vidéos on devait se déguiser en légumes. C'était très amusant !* ».

Ведущий может показать свою включенность в тему, описывая суть фильма, в котором снимались участники интервью: « *Vous êtes à l'affiche de ce film, « Les gens qui s'embrassent* ». « *Moi, j'aime les films de Danièle Thompson, ça donne du bonheur. C'est une histoire de deux frères. Il y a d'abord deux frères qui jouent vos enfants ... Monica, vous jouez une femme naïve, elle est surtout attachée à son apparence, à sa beauté* ». В данной реплике ведущий обращается к Монике Беллуччи, но не задает конкретного вопроса, касающегося ее персонажа, а просто описывает героиню фильма. *Monica Bellucci* перехватывает инициативу ведущего, она дополняет его высказывание « *Oui, c'est une femme qui adore les beaux vêtements et les bijoux. Elle dit les choses toujours déplacées mais malgré tous ses défauts qu'elle a, elle a quelque chose à sa faveur, elle a son côté touchant* ».

Таким образом, ведущий, имитируя простой разговор о персонаже *Monica Bellucci*, высказывая свое личное мнение о работах режиссера « *Moi,*

j'aime les films de Danièle Thompson, ça donne du bonheur» и не задавая прямого вопроса о ее персонаже, наводит адресата на желаемую тему интервью. То же самое ведущий делает и в отношении второго гостя *Ivry Gitlis*. Сначала он описывает роль музыканта в фильме, а в конце высказывания ставит свой вопрос: « *Dans ce film vous incarnez un père qui est en train de perdre la mémoire. Et ses deux fils se retrouvent et surtout ils restent ensemble. Vous avez cet esprit de famille, vous? »*.

С помощью данной реплики ведущий наводит гостя студии на тему разговора, логически выводя свой вопрос из предыдущего контекста. Он как бы подготовил адресата к нему и получил желаемый ответ на тему семьи: « *J'ai l'esprit de famille d'une manière générale, pas nécessairement personnelle, parce que je suis un enfant unique ... »*.

Являясь доминирующим партнером диалога, ведущий способен изменять, задавать тему, отслеживать очередность ролей в ходе диалога. Его главной задачей является наведение адресата на желаемую тему и получение нужной информации в ходе диалога. Для этого он и прибегает к тактике контроля над темой, которая позволяет под видом непринужденной беседы контролировать тему беседы, направляя ее в нужное русло. Показателем успешности данной тактики является активность участников диалога, их вовлеченность в процесс речевого взаимодействия, готовность брать на себя диалогическую инициативу.

Тактики – запрос информации и контроль над пониманием – также позволяют осуществлять воздействие на ход диалога. Данные тактики коррелируют между собой и являются взаимодополняемыми и взаимообуславливающими, так как их цель – получение и уточнение информации. Поскольку структура интервью в целом построена на запросе и получении информации, ведущий постоянно прибегает к данным тактикам. Запрос информации чаще всего проходит в виде вопросов: « *Le dernier épisode n'a pas encore été diffusé à la télévision? – Mais qu'est-ce qu'on va faire maintenant? Qu'est-ce qu'on va regarder? »*.

– *Quelle est la chanson qui vous fait pleurer?*

– *Votre devise musicale?*

Уточнение информации также чаще всего представлено в виде небольших вопросов, которые выводятся из предыдущей информации. Детали уточняются впоследствии ведущим: « *C'est embêtant, non?* ».

Вырванный из контекста вопрос не дает никакого представления в том, о чем идет речь. Только контекст, предшествующий уточнению, позволяет понять смысл вопроса « *Quand tu te promènes avec Justin il y a des paparazzis qui vous suivent et qui vous prennent en photos. C'est embêtant, non?* ».

Все высказывания, оформляющие тактику контроля над пониманием, отличаются краткостью и невозможностью понимания вопросов без наличия контекста. В вопросах отсутствует инверсия, большую роль играет интонация ведущего.

Использование тактик запроса информации и контроля над пониманием не случайно, поскольку основной целью интервью является максимальное получение информации от приглашенных. Запрос информации является неотъемлемой частью интервью, в то время как контроль над пониманием – необязательная, факультативная тактика. К ней прибегают чаще всего для уточнения информации, если адресат дает неполную или не совсем понятную информацию, т.е., если при запросе ведущий не получает нужное количество информации, то он прибегает к тактике контроля над пониманием, которая позволяет получить более подробный, удовлетворяющий ведущего интервью ответ.

Таким образом, благодаря использованию тактик комплимента и контроля над темой, а также тактик запроса информации и контроля над пониманием, речевое поведение получает контактоустанавливающую, контактоподдерживающую, контактоконтролирующую модальность (фатическую), что создает особую личносно-доверительную обстановку и максимально приближает к личности говорящего. Все это, в свою очередь, дает возможность адресанту (телеведущему) воздействовать на адресата (гостя телепередачи), а в итоге влиять на зрительскую аудиторию, что и является основной задачей телеинтервью.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Формановская, Н.И.* Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – М. : Рус. яз., 2002. – 216 с.
2. *Арутюнова, Н. Д.* Речь / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Сов. энцикл., 1990. – С. 414.
3. *Андреева, Г. М.* Общение и межличностные отношения / Т. М. Андреева // Социальная психология. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 384 с.
4. *Грайс, Г. П.* Логика и речевой общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – Вып. 16. – С. 217–238.
5. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 5-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
6. *Дейк, Т. А. ван.* Стратегии понимания связного текста / Т. А. ван Дейк // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. – М. : Прогресс, 1988. – С. 153–211.
7. *Дейк, Т. А. ван.* Язык, познание, коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.

The article considers the peculiarities of actual communication in a television interview. The tactics that a television host undertakes allow, to organize an interview in an effective way, to affect the audience during the dialogue.

Принята в редакцию 16.02.18