

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.1.50>

Ковальчук Надежда Владимировна, Цыбенко Эльзара Олеговна

**Уступительная семантика в текстах интервью современных средств массовой информации (на материале немецкого языка)**

Статья посвящена анализу риторических отношений уступки в текстах интервью немецких современных средств массовой информации. Подобный анализ предполагает выявление прагматической специфики уступительной семантики в текстах немецкого интервью и комбинирования/чередования диалогических шагов участников интервью в процессе достижения согласия по обсуждаемой проблематике. Уступительная семантика понимается нами как признание мнения собеседника в качестве истинного суждения и одновременная реализация контрастного мнения по поводу частного предмета разговора.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2020/1/50.html](http://www.gramota.net/materials/2/2020/1/50.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 1. С. 250-253. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2020/1/](http://www.gramota.net/materials/2/2020/1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

УДК 811.11-112

Дата поступления рукописи: 05.12.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.1.50>

*Статья посвящена анализу риторических отношений уступки в текстах интервью немецких современных средств массовой информации. Подобный анализ предполагает выявление прагматической специфики уступительной семантики в текстах немецкого интервью и комбинирования/чередования диалогических шагов участников интервью в процессе достижения согласия по обсуждаемой проблематике. Уступительная семантика понимается нами как признание мнения собеседника в качестве истинного суждения и одновременная реализация контрастного мнения по поводу частного предмета разговора.*

*Ключевые слова и фразы:* интервью; уступительные отношения; интервьюер; респондент; взаимодействие.

**Ковальчук Надежда Владимировна**, к. филол. н.

**Цыбенко Эльзара Олеговна**, к. психол. н.

*Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону*

*nadezhda\_kovalchuk\_2012@mail.ru; elzarochka2010@yandex.ru*

## **Уступительная семантика в текстах интервью современных средств массовой информации (на материале немецкого языка)**

Тексты современных средств массовой информации характеризуются высокой степенью разнообразия жанров. Исследователи отмечают тенденцию к преобладанию диалогических жанров над монологическими в современной публичной коммуникации [4].

К одному из основных и востребованных диалогических жанров на сегодняшний день относится журналистское интервью. Это связано с повышенным интересом к человеку и с потребностью в открытом общении. Ни один жанр массовой коммуникации не может реализоваться с той степенью полноты и доступности, которую даёт непосредственное общение в интервью.

**Актуальность** статьи заключается в структурном и прагматическом анализе диалогических шагов интервьюера и респондента с позиции риторических отношений уступки, интеграции собеседниками языковых форм, значений или смыслов и иллокутивных действий с целью обеспечения оптимальной передачи информации. Особому вниманию подвергается исследование того, как журналист и его оппонент конструируют уступительные отношения в тексте немецкого интервью, какие прагматические сигналы оказываются им доступными в ходе переработки текста.

**Научная новизна** работы заключается в том, что в ней впервые делается попытка проиллюстрировать на материале немецкого интервью, каким образом участник общения (журналист или респондент), используя грамматическую структуру альтернативного вопроса, осуществляет обратную связь с позитивным прагматическим потенциалом и раскрывает текущие речевые намерения собеседника именно как желание предотвратить потенциально назревающий конфликт.

**Цель** настоящего исследования – осуществить прагматический анализ уступительных отношений в текстах интервью современных средств массовой информации (на материале немецкого языка).

Заявленная в статье цель потребовала постановки и решения следующих **задач**:

1. Определение взаимосвязи уступительных отношений и прагматического содержания текста немецкого интервью.
2. Изучение особенностей текстов газетных интервью с точки зрения уступительной семантики.
3. Анализ речевого взаимодействия собеседников в газетных интервью немецких СМИ с позиции уступки.

**Практическая ценность** статьи заключается в том, что основные результаты и собранный фактический материал могут быть в дальнейшем задействованы в процессе системного изучения риторических отношений в различных типах текста на материале других языков, учитывая разнообразные жанры интервью.

Для реализации цели, заявленной в публикации, методом сплошной выборки были проанализированы тексты из электронной версии журнала *SPIEGEL ONLINE* (spiegel.de) всех разновидностей интервью. В ходе исследования применялись методы семантического и прагматического анализа. Объектом изучения выступило газетное, т.е. письменное интервью – жанр со своеобразным авторством и своеобразной двойной адресованностью, который представлен огромным разнообразием текстовых реализаций разных типов. Предметом изучения, таким образом, являются особенности газетного интервью немецких СМИ, которые отражают адресованность текста участникам диалога друг другу, адресованность текста читателю и взаимодействие речи собеседников.

Значения и смыслы, передаваемые текстом, имеют непосредственное отношение к следующим причинным связям: автор текста предполагает конкретное значение или смысл, а получатель извлекает это значение и смысл [1, с. 322]. Таким образом, импликации адресанта и логические умозаключения адресата возможно рассматривать как два взаимосвязанных аспекта одного и того же процесса. Импликации включают в себя presupпозиции, посылки и вытекающие следствия. В комбинации с порождаемым текстом импликации формируют намеренный характер его содержания, т.е. текст – это прямое воплощение уместного контекста реализации речевой деятельности [6, с. 13].

Основу интервью всегда составляет устная беседа с интервьюируемым. Для поддержания интереса у читательской аудитории к интервью журналист использует определенные способы воздействия на собеседника для получения информации, предназначенной широкой аудитории. Вместе с тем газетное интервью представляет собой не простое поочередное реплицирование коммуникантов, а также и результат их речевой деятельности в глобальном диалоге [2], во взаимодействии с другими текстами, с чужим словом.

В ходе интервью реагирующий собеседник не всегда опровергает аргументы, выдвигаемые интервьюером, прибегает к устойчивым грамматическим моделям, посредством которых – не всегда с опорой на формальные показатели – выражается признание относительно того, что ситуация/факт/явление, которые предварительно обнародовались говорящим субъектом, вопреки недостаточным на то основаниям являются истинными/действенными/эффективными.

При этом актуализуемые уступительные отношения между компонентами диалогического текста являются диадическими по своей фундаментальной сущности, поскольку предполагают участие обеих сторон: интервьюируемого собеседника, который непосредственно реализует уступку, и интервьюера, предварительная реплика которого предстает основой для инициации уступки [5].

Понятие синтаксических отношений уступки приобретает исследовательскую важность, прежде всего в следующих аспектах и именно как тип связи:

- главной и придаточной частей в составе сложноподчиненного предложения [7];
- сегментов в составе целостного текста [3].

Целью рассматриваемых нами интервью всегда служат речевые намерения респондента разубедить интервьюера в его собственном мнении, используя при этом позитивно-нацеленную коммуникативную стратегию.

Ср.: **SPIEGEL ONLINE**: *Also noch eine Frau, die Ihnen einen Weg zeigt, den Sie zuerst möglicherweise widerwillig und dann aber gern beschreiten* [10]? (Dienstag, 11.11.2014). /

– *Итак, еще одна женщина, которая покажет вам путь, который вы, возможно, сначала неохотно, а затем с удовольствием пройдете?* (здесь и далее перевод автора статьи. – Н. К.).

**Feuerstein**: *Noch eine ist gut. Sie scheinen mehr zu wissen, als Sie sollen* [Ibidem]. /

– *Еще одна – хорошо. Вы, кажется, знаете больше, чем должны.*

**SPIEGEL ONLINE**: *Das nicht, aber Ihrer jüngst erschienenen Autobiografie “Die neun Leben des Herrn F.” ist zu entnehmen, dass starke Frauen in Ihrem Leben eine große Rolle spielen* [Ibidem]. /

– *Нет, но из недавно изданной Вами автобиографии «Девять жизней Господина Ф.» следует, что сильные женщины играют в Вашей жизни большую роль.*

**Feuerstein**: *Ja, weil ich gelernt habe, dass die realistischer sind, fester auf dem Boden stehen, nicht ewig tüfteln. Wissen Sie, ich bin katastrophensüchtig. Ich habe das Woody-Allen-Syndrom, das dazu führt, dass sich alles in meiner Fantasie enorm ausweitet, in Pest und Hölle. Und diese unnötige Last können Frauen sehr viel besser bewältigen. Meine liebe Frau steht, glaube ich, kurz vor dem Nobelpreis für Muffel-ertragen-können. Denn mich zu ertragen ist schwer. Ich würde einen Riesenbogen um mich machen* [Ibidem]. /

– *Да, потому что я выучил, что они реалистичнее, крепче стоят на земле, не копаются бесконечно в мелочах. Знаете, я катастрофически одержим. У меня синдром Вуди Аллена, который приводит к тому, что все в моем воображении чрезвычайно расширяется, в чуму и ад. А с этой ненужной ношей могут гораздо лучше справиться женщины. Моя дорогая жена, я думаю, приближается к получению Нобелевской премии за умение терпеть. Потому что терпеть меня трудно. Я бы изолировал себя от окружающего мира.*

В данном интервью с выдающимся актером, пианистом, оперным критиком и редактором Хербертом Фойерштайном интервьюер выдвигает оценочное суждение о том, что у респондента было много женщин. Сам респондент иницирует удивление и несогласие с высказанным суждением в его адрес. Однако впоследствии интервьюер смягчает категоричность своего мнения, выдвигая утверждение, что из недавно изданной автобиографии жены респондента становится ясно, что ему нравятся сильные женщины, играющие большую роль в его жизни. Далее респондент соглашается с исходно выраженной точкой зрения интервьюера, и таким образом ослабляется и в дальнейшем вовсе исчезает противоречие между собеседниками. Здесь также можно сделать вывод о том, что оценочное суждение интервьюера в начале диалога предстает как средство стимулирования респондента к обнародованию неизвестной для читателя информации, избегая конфликта с использованием уступительных отношений.

Проанализируем еще один пример, выявляющий реализацию отношений уступки:

**SPIEGEL WISSEN**: *Wieso spielt Essen im Urlaub eine so große Rolle* [Ibidem]? (Dienstag, 23.02.2016). /

– *Каким образом еда играет такую большую роль во время отпуска?*

**Schäfer**: *Nicht nur das Essen, alle körperlichen Vorgänge. In den Blogs, die ich analysiert habe, berichten die Reisenden mit einer Offenheit über Verdauungsprobleme, die außerhalb touristischer Kontexte eher merkwürdig erschienen* [Ibidem]. /

– *Не только еда, все физические процессы. В блогах, которые я проанализировал, путешественники с откровенностью сообщают о проблемах с пищеварением, которые казались довольно необычными за пределами туристических контекстов.*

**SPIEGEL WISSEN**: *Abseits des Urlaubs halten sie die Fassade aufrecht* [Ibidem]. /

– *Вне отпуска они сохраняют свое лицо.*

**Schäfer**: *Genau, aber als Tourist will man sich als “ganzer Mensch” erfahren, nicht nur als Funktionsträger, der eine Rolle spielt. Und da gehören körperliche Vorgänge dazu. Das geht so weit, dass in einem Blog direkt neben dem Bild des Kolosseums das Bild eines Klos zu sehen ist. Es erfüllt einen Zweck, mehr nicht. Im Urlaub kann es,*

*wie in diesem Fall, zu einem Objekt ästhetischer Anschauung werden. Dafür muss es nicht mal besonders schön aussehen oder originell [Ibidem]. /*

– Точно, но когда турист хочет испытать себя как «цельного человека», а не только как лицо, наделенное определенной функцией, которое играет роль. Физические процессы относятся также к этому. Доходит до того, что в блоге рядом с изображением Колизея можно увидеть изображение туалета. Он исполняет свое предназначение, не более того. В отпуске он, как и в данном случае, может стать объектом эстетических воззрений. Для этого он даже не должен выглядеть особенно красиво или оригинально.

**SPIEGEL WISSEN:** *Je gewöhnlicher das Objekt der Anschauung, desto authentischer [Ibidem]. /*

– Чем обычнее объект созерцания, тем подлиннее.

Иллокутивное намерение интервьюера в данном диалогическом пространстве со швейцарским социологом Робертом Шефером заключается в том, чтобы респондент пояснил некоторые моменты своих суждений, с которыми интервьюер изначально не согласен. Респондент отвечает на вопрос интервьюера, дает пояснения и говорит о том, что не только еда играет большую роль для туристов во время отпуска, но и физические процессы. Далее интервьюер своими ответными репликами и комментариями полностью поддерживает положительную неконфликтную взаимосвязь с собеседником. Общение происходит в абсолютно доброжелательной и взаимовежливой атмосфере.

Рассмотрим еще один пример интервью с известным профессором экономики Вилли Шнайдером. Он написал много научно-популярных книг и среди всего прочего занимается маркетингом и покупательским поведением.

**SPIEGEL:** *Die ständige Zunahme des Konsums verwundert, wenn man bedenkt, dass Debatten über Klimaschutz und Nachhaltigkeit in den vergangenen Jahren deutlich intensiver geführt wurden. Macht sich das gar nicht im vorweihnachtlichen Konsumverhalten bemerkbar [Ibidem]? (Montag, 02.12.2019). /*

– Постоянный рост потребления вызывает недоумение, учитывая, что в последние годы дискуссии о защите и устойчивости климата проводились гораздо интенсивнее. Разве это не заметно в предновогоднем поведении потребителей?

**Schneider:** *Zwei Herzen schlagen in der Brust des Konsumenten. Auf der einen Seite schreit er nach Nachhaltigkeit, Ökologie und Umweltschutz. Auf der anderen Seite geht er auf eine Kreuzfahrt für 999 Euro und kauft das Stück Fleisch für 2,90 Euro. Das ist in vielen Kreisen eine Scheindebatte. Es wird nach Nachhaltigkeit geschrien, aber im Konsum dann eigentlich nicht umgesetzt [Ibidem]. /*

– Два сердца бьются в груди потребителя. С одной стороны, он призывает к возобновляемости, экологии и защите окружающей среды. С другой стороны, он отправляется в круиз за 999 евро и покупает кусок мяса за 2,90 евро. Это является фиктивной дискуссией во многих кругах. Призывают к возобновляемости, но затем фактически не реализуют в потреблении.

**SPIEGEL:** *Aber es gibt auch Initiativen, die sich aktiv für weniger Konsum einsetzen, nicht nur zur Weihnachtszeit. Haben diese Gruppen keinen Einfluss [Ibidem]? /*

– Но есть также и инициативные группы, которые активно способствуют сокращению потребительского спроса не только на Рождество. Эти группы не имеют никакого влияния?

**Schneider:** *Es gibt tatsächlich Verbraucher, die eine sogenannte "freiwillige Einfachheit" leben. Die Idee dabei ist, sich dem Konsumtrend zu entziehen. Diese Gruppen stellen in Deutschland immer noch eine ganz kleine Minderheit dar. Und Sie müssen auch bedenken, dass diese Strategie schwierig zu vermitteln ist, insbesondere an Kinder. Eine Bekannte von mir wollte ihren Patenkindern etwas Sinnvolles schenken und kündigte Spenden für Menschen in Entwicklungsländern an. Das kam nicht so gut an [Ibidem]. /*

– Действительно, есть потребители, которые живут по так называемой «добровольной простоте». Идея состоит в том, чтобы избежать потребительского тренда. Эти группы все еще представляют в Германии абсолютное меньшинство. И Вы также должны помнить, что эту стратегию трудно донести, особенно детям. Одна моя знакомая хотела подарить своим крестникам что-то значимое и объявила о пожертвованиях для людей в развивающихся странах. Не очень-то хорошо получилось.

В приведенном выше примере журналист и респондент ведут конструктивный диалог, в процессе которого оба собеседника выражают мнение относительно некоторого положения дел. Интервьюер сначала высказывает свои умозаключения и делает выводы касательно обсуждаемой проблемы и только потом задает вопросы. В ходе диалога сначала неясно, чей аргумент займет доминирующее положение в этом общении (интервьюера или респондента). Но постепенно становится понятно, что оба собеседника нацелены на достижение единодушия в обсуждаемом вопросе. Ответы респондента аргументированы, он соглашается с журналистом, делает уступку в его пользу, говоря о том, что действительно есть потребители, которые находятся вне покупательского спроса, они отличаются от общей массы, но они составляют меньшинство. Впоследствии профессор Шнайдер путем приведения доказательных примеров старается переубедить журналиста, проецируя противоположную смысловую позицию.

Необходимо также отметить, что немецкая журналистика базируется на характерном ей жестком профессионализме, на журналистской технике, строгой этике и методах журналистского исследования, на мастерстве проведения интервью и репортажей, на умении кратко изложить материал. Немецкий журналист старается преподнести текст в рамках беседы и контексте затронутой темы, которая намного важнее, чем его персона. Немецкий читатель не нуждается в лирических отступлениях, высказываниях журналиста о теоретических прогнозах, возможном исходе событий с точки зрения обозревателя.

Анализируя тексты немецких интервью, мы в очередной раз приходим к выводу, что немецкая журналистика основана на взаимной вежливости даже при обоюдных противоречиях или категорическом несогласии с точкой зрения собеседника. Здесь немаловажное значение имеет техника вопросов: есть так называемые открытые вопросы, где журналист позволяет оппоненту давать развернутый ответ или же закрытый вопрос, сама формулировка которого подразумевает односложный ответ – да или нет. Постоянная смена стиля отражает особенности немецкого института журналистики, позволяет сохранять высокий темп беседы и держать визави в напряжении с целью привлечения аудитории. Что, в свою очередь, говорит о профессионализме журналиста, повышает рейтинг издания и поднимает популярность редакционной команды.

Под прагматическим потенциалом текста интервью нами понимается осуществление риторических отношений уступки, наилучшим образом структурирующих неконфликтный обмен диалогическими репликами между собеседниками. Под уступительной семантикой мы понимаем положительное отношение к мнению собеседника и расценивание этого мнения не только как истинного суждения, но и одновременную реализацию альтернативного взгляда по поводу частного предмета разговора.

На прагматическом уровне своей организации текст интервью интерпретируется нами в качестве синтагмы взаимосвязанных сегментов, наиболее значимые из которых порождаются именно риторическими отношениями уступки. Указанные сегменты предстают микросегментами текста интервью, которые в совокупности образуют макроуровень его риторической организации. Микросегменты характеризуются определенным пропозициональным значением уступительности в пользу мнения собеседника. Их прагматический потенциал заключается в том, чтобы сформировать связную структуру текста, манифестировать бесконфликтное общение зачастую с опорой на выражение противоположного мнения.

Проанализированный нами фактический материал свидетельствует о том, что в рамках интервью участники общения достаточно часто прибегают к реализации семантики уступки. Уступка способствует продуктивному взаимодействию собеседников при активном использовании определенных видов речевой деятельности (оценка фактов, событий, ситуаций). Функция уступки состоит в стимулировании процесса адекватной интерпретации реплики посредством уточнения особенностей контекста ее употребления и специфики речевого события, моделируемого данным текстом.

Как показал проведенный нами анализ текстов газетных интервью, возникающая контрастность смысловых позиций журналиста и респондента может затмеваться риторическими отношениями уступки в связи, с чем создаются благоприятные условия для взаимодействия. В ходе достижения единого мнения оказывается очевидным тот факт, чей аргумент (интервьюера или интервьюируемого) станет доминирующим. Одновременно говорящему субъекту предоставляется возможность принять противоположную точку зрения без причинения эмоционального, волевого или любого другого личностного ущерба.

#### Список источников

1. Аллен Дж. Ф. Выявление коммуникативного намерения, содержащегося в высказывании // Новое в зарубежной лингвистике: сборник статей. М.: Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 322-362.
2. Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7-ми т. М.: Русские словари, 1996. Т. 5. Работы 1940-1960-х гг. 731 с.
3. Вьюнова Е. К. Концессивная обусловленность в английских переводных текстах: инвариантность и вариативность: автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2004. 23 с.
4. Голанова Е. И. Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативно-речевая эволюция жанра интервью) // Русский язык сегодня / ред. Л. П. Крысин. М.: Азбуковник, 2000. Т. 1. С. 251-260.
5. Ковальчук Н. В. Риторические отношения уступки в тексте неформального интервью: структурно-прагматический аспект: автореф. дисс. ... к. филол. н. Майкоп, 2017. 22 с.
6. Ковальчук Н. В., Клеменова Е. Н. Неформальное интервью как модель риторических отношений уступки: монография / Донской государственный технический университет. Ростов-на-Дону: АкадемЛит, 2018. 128 с.
7. Мусатова Г. А. Семантика уступки: дисс. ... к. филол. н. Рязань, 2008. 154 с.
8. Романова О. В. Адресованность и интертекстуальность газетного интервью как жанра журналистского дискурса: автореф. дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2008. 24 с.
9. Степанова М. А. Диалогичность коммуникации в жанре интервью в современной немецкой прессе: на материале журнала "Der Spiegel": автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2006. 24 с.
10. Spiegel Online [Электронный ресурс]. URL: <https://www.spiegel.de/> (дата обращения: 15.01.2020).

### Concessive Semantics in Modern Media Texts of Interview Genre (by the Material of the German Language)

Koval'chuk Nadezhda Vladimirovna, Ph. D. in Philology  
Tsybenko El'zara Olegovna, Ph. D. in Psychology  
Don State Technical University, Rostov-on-Don  
[nadezhda\\_kovalchuk\\_2012@mail.ru](mailto:nadezhda_kovalchuk_2012@mail.ru); [elzarochka2010@yandex.ru](mailto:elzarochka2010@yandex.ru)

The article analyses concessive relations in the modern German media texts of the interview genre. The research objective involves identifying pragmatic specificity of concessive semantics in the German texts of the interview genre. The authors show how the interview participants combine communicative steps in the process of reaching an agreement on the problem under discussion. Concessive semantics is considered as acceptance of the interlocutor's viewpoint and simultaneous realization of the contrastive opinion on the issue under discussion.

*Key words and phrases:* interview; concessive relations; interviewer; respondent; interaction.