

Кузьменко О. Ю.

Особливості комунікативної ситуації інтерв'ю та її складників

Кузьменко Олена Юрійівна, аспірантка кафедри міжкультурної комунікації та прикладної лінгвістики
Житомирський державний університет ім. Івана Франка, м. Житомир, Україна

Анотація. Стаття присвячена розгляду особливостей комунікативної ситуації інтерв'ю, її складових та чинників, що впливають на ефективність перебігу комунікативної взаємодії комунікантів. Особлива увага приділяється ролі каналів зв'язку для встановлення контакту між адресантом та адресатом як партнерів комунікації.

Ключові слова: комунікативна ситуація, інтерв'ю, адресант, адресат, взаємодія, канал зв'язку

Вступ. В останні десятиліття значна увага мовознавців звернена до антропоцентричної парадигми вивчення мовленнєвих явищ, одним із головних напрямків якої є дослідження різних аспектів та типів взаємодії мовців у процесі комунікації.

Діалогічний характер взаємодії комунікантів найповніше розкривається в умовах комунікативної ситуації інтерв'ю, що й становить **актуальність** нашого дослідження.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Вивчення інтерв'ю здійснювалось, передусім, з позицій методу збору інформації (Ерве 2004, Шуміліна 1976), жанру публіцистики (Вакуров, Кохтев, Солганик 1978, Засурський 2003, Кузнецов 2002, Тертычный 1998) та мовленнєвого жанру (Бахтин 1979, Голанова 2000, Дмитровський 2000, Серажим 2004, Штирцова 2006). Лінгвістичні розвідки стосувалися вивчення прагмалінгвістичної характеристики інтерв'ю (Штирцова 2006), його семантичних та структурних особливостей (Апалат 2002), дискурсивних стратегій інтерв'ю (Красноперова 2005), інтерв'ю в системі жанрів комунікації (Штельмах 2007), специфіки телевізійних інтерв'ю (Гапачило 2010, Шальман 2007), інтерв'ю в пресі (Карпалюк 2000) тощо. Однак комплексне дослідження комунікативної ситуації інтерв'ю з врахуванням її складників не отримало належного висвітлення.

Метою дослідження є аналіз комунікативної ситуації інтерв'ю у контексті її ключових складників.

Досягнення цієї мети передбачає вирішення наступних **завдань**: провести розмежування понять «інтерв'ю-метод» та «інтерв'ю-жанр»; розкрити особливості інтерв'ю як інформаційно-аналітичного жанру публіцистики; проаналізувати характерні ознаки комунікативної ситуації інтерв'ю; дослідити роль каналів зв'язку у моделюванні комунікативної ситуації інтерв'ю.

Матеріалом дослідження є англійське інтерв'ю, що належать до різних каналів зв'язку (акустичного, візуального та акустично-візуального).

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Головним вектором, що спрямовує розвиток сучасного суспільства, є посилення інформатизація усіх сфер життя. Сучасні ЗМІ використовують широкий арсенал інформаційно-аналітичних жанрів для задоволення цієї потреби. Отримання інформації є більш продуктивним за умови діалогічної взаємодії учасників комунікативного процесу в ході інтерв'ю. Серед інших достоїнств інтерв'ю, які зумовили його популярність як жанру публіцистики, слід виділити значущість, змістовність, громадський інтерес до найбільш актуальних проблем, актуальність тощо.

Інтерв'ю, з одного боку, – метод збору інформації в економічних, психологічних, соціологічних дослідженнях, з іншого – жанр, що накладає своєрідний відбиток на спосіб впорядкування інформації у тексті. Однак концепти «інтерв'ю-метод» та «інтерв'ю-жанр» не є тотожними. Лише текст з яскраво проілюстрованим «ходом» застосування методу інтерв'ю зі збереженням форми питання-відповідь може бути віднесеним до жанру інтерв'ю [12, с. 5].

Традиційно інтерв'ю розглядають у системі інформаційних жанрів, оскільки його прагматичною установкою є отримання інформації, що обумовлює використання різноманітних лексико-стилістичних засобів, підпорядкованих даній меті.

С.В. Штирцова обстоює думку, що в залежності від домінування або рівноправності однієї зі стратегій – інформування та вираження думки – можна говорити про існування таких типів інтерв'ю:

- Інформаційне інтерв'ю, в якому переважає стратегія інформування;
- аналітичне, де домінує стратегія вираження власної точки зору;
- інформаційно-аналітичне, у якому обидві стратегії приблизно врівноважені [14, с. 8].

Зауважимо, що ряд авторів відносять *інтерв'ю* до інформаційних, а *бесіду* до аналітичних жанрів [6, с. 180; 7, с. 15].

Проте, деякі вчені ще й досі ототожнюють інтерв'ю з бесідою [2, с. 57; 3, с. 79], що яскраво ілюструє наступне визначення: «інтерв'ю – призначена для друку або трансляції по радіо чи на телебаченні бесіда з певною особою» [2, с. 19].

К.С. Серажим вважає за необхідне розмежувати ці поняття, навіть незважаючи на наявність в обох жанрах такої спільної риси, як первинний діалог: «...в інтерв'ю діалог йде між журналістом та інформованою особою, причому журналіст підкреслює свою «технічну» роль в аранжуванні комунікації». Тому метою спілкування в інтерв'ю є *запит* інформації, в той час як головною ціллю бесіди є *обмін* інформацією [11, с. 43]. Іншими словами, структурно жанри інтерв'ю та бесіди можна вважати тотожними, однак, вони відрізняються прагматичним аспектом [8, с. 177].

З огляду на це, слушною видається думка про певну дифузність аналізованих понять, оскільки приклади інтерв'ю останніх років характеризуються більшою критичністю, дискусивністю та аналітичністю суджень, що наближає інтерв'ю до бесіди та слугує підставою розгляду інтерв'ю у групі інформаційно-аналітичних жанрів.

Серед екстралінгвістичних (комунікативно-прагматичних) факторів, що складають мовленнєву характеристику жанру інтерв'ю, О.І. Голанова виділяє наступні: 1) ситуація, обставини, за яких відбувається інтерв'ю; 2) тема та мета бесіди; 3) соціальний стан, соціальні характеристики комунікантів; 4) вид мас-медіа (телебачення чи радіо, тобто, наявність звукового та / або зорового ряду) [4, с. 440].

«Інтерв'ю є комунікативним засобом і соціокультурним явищем, у якому найбільш яскраво реалізуються комунікативні функції мови». [6, с. 185]. Реалізація зазначених функцій стає можливою в умовах дискурсивної взаємодії учасників комунікативної ситуації – адресанта та адресата. Під комунікативною ситуацією (КС) розуміють «складний комплекс зовнішніх умов спілкування та внутрішніх станів мовців, що представлені в мовленнєвому творі – висловлюванні, дискурсі» [13, с. 42]. На думку українського лінгвіста О.О. Селіванової, комунікативна ситуація є онтологічною формою організації комунікативного процесу, яка характеризується замкненістю, цілісністю, динамічністю [10, с. 567].

Ключовими компонентами КС є комуніканти (адресат і адресант) та повідомлення. Н.І. Формановська виступає також за доцільність виокремлення наступних елементів КС:

- 1) комунікативного наміру та цілей повідомлення, заданих адресатом;
- 2) місця та часу як певної локально-темпоральної характеристики надісланого адресатом повідомлення;
- 3) каналу зв'язку [13, с. 42-44].

О.О.Селіванова підкреслює важливість врахування коду, тобто уніфікованих систем мови та мовлення, що допомагає уникнути помилок при інтерпретації повідомлення адресатом, і пропонує власну модель КС, яка базується на принципі діалогізму та об'єднує п'ять систем-модулів, що «опосередковують інформаційний обмін і комунікативний вплив»:

- модуль адресанта, що інтегрує сферу свідомого та підсвідомого, які відповідають за знання мовця про мову і в мові;
- модуль адресата, що розкриває процеси, пов'язані зі сприйняттям, розумінням та інтерпретацією висловленого адресатом;
- модуль тексту (повідомлення), що є семантично-концептуальним простором, в якому реалізуються авторські стратегії та відбувається діалог авторської і читацької свідомостей;
- модуль інтеріоризованого буття, що стосується відображення у повідомленні існуючої реальності;
- модуль універсуму культури, що передбачає поєднання семіосфер етносу та цивілізації [10, с. 592-593].

Така модель є досить спрощеним варіантом опису КС, оскільки низка суттєвих компонентів, пов'язаних з урахуванням мотивів, інтенцій мовців, каналу зв'язку, залишаються прихованими всередині модулів. Однак запропонована модель дає можливість зрозуміти важливість соціально-культурних аспектів у поєднанні з особистісним фактором. Таким чином, комунікативна ситуація постає «ситуацією соціальної та мовленнєвої взаємодії» її учасників [14, с. 26], в

якій комуніканти покликані виконувати соціальні та мовленнєві ролі, закріплені за певним жанром.

Взаємодія комунікантів в інтерв'ю носить специфічний характер. З одного боку, з огляду на діалогічність інтерв'ю, маємо справу з рівністю *соціальних* ролей співрозмовників. З іншого боку, *мовленнєві* ролі асиметричні, що проявляється в домінуванні інтерв'юера за кількістю реалізованих стратегій та ініціюючих комунікативних ходів, в той час як за змістовою наповненістю перевага визнається за інтерв'юйованим [14, с. 28]

Ефективність взаємодії комунікантів інтерв'ю безпосередньо залежить від врахування комунікативного статусу, соціально-культурних установок, володіння єдиним кодом (мовою), задоволення пресупозицій адресата, що передбачає близькість фонових знань комунікантів. На думку Н.Д. Арутюнової про ефективність комунікації можна говорити тоді, коли адресант максимально враховує фактор адресата [1, с. 358].

Однак розуміння поняття «адресата» в інтерв'ю потребує додаткових роз'яснень, що передбачає виокремлення подвійного адресата інтерв'ю. В КС інтерв'ю О.І. Кручко пропонує розрізняти «прямого» і «непрямого» адресата. Прямим адресатом виступають почергово інтерв'юер та інтерв'юйований, які ведуть розмову, задають запитання і отримують відповіді. Непрямим, соціальним адресатом є читачі, якщо мова йде про діалог на шпальтах газет, журналів та їх електронні версії, доступні on-line [8, с. 178]. У випадку радіоінтерв'ю таким соціальним, вторинним адресатом є слухачі – формат телеінтерв'ю дозволяє залучити до перегляду велику глядацьку аудиторію.

Н.Д. Арутюнова підкреслює, що врахування фактору адресата вимагає дотримання мовцями «принципу кооперації» Грайса. Цьому принципу підпорядковуються: 1) максима кількості, що полягає в наданні такої кількості інформації, яка потрібна для успішної комунікації; 2) максима якості, що передбачає надання достовірної інформації; 3) максима релевантності, що передбачає відповідність висловлювань темі розмови; 4) максима способу вираження, що стосується ясності, логічності, стислості, виразності повідомлення [1, с. 358].

Ми, однак, не погоджуємося, що постулати Грайса враховують лише інтереси адресата, оскільки дотримання принципу кооперації передбачає двосторонню взаємодію комунікантів на правах партнерів. На підтримку даного твердження виступає той факт, що в інтерв'ю аналітичного або дискусійного характеру, співрозмовники можуть обмінюватися ролями.

Фрагмент відеоінтерв'ю відомого журналіста Ларрі Кінга зі співаком Стіві Вандером є вербальним підтвердженням подібної ситуації партнерства:

WONDER: Now let me say this to you. I want to interview you, too.

KING: OK. In a while [15].

Ще одним свідченням обміну ролями є ситуація, коли, вибудовуючи відповідь на поставлене інтерв'юером запитання, адресат вдається до монологічної розгорнутої розповіді, перетворюючи інтерв'юера в слухача:

INTERVIEWER: Is it true that you're reuniting with the original Dio members?

CAMPBELL: Yeah, that's very much happening. ... I kind of ran into (Dio bassist) Jimmy Bain and we got to talking and we got together and played and it was great fun. ... We brought in this guy to sing the songs. He doesn't sound like (the late frontman) Ronnie (James) Dio, but he sings great and does it justice. One thing led to another and we thought, why the hell not? This is as much our heritage as it was Ronnie's. That's the way I look at it now. For years it was a painful memory, and now I feel very proud of those records. I wrote those songs; I cut those albums. I feel that that is as much a part of my heritage as it was Ronnie Dio's and I have every right to go out there and play that. ... At some point in 2013, I will be out there playing in the band and we'll call it Last in Line, and we'll only play songs from the first two albums, maybe a couple songs from the third album [16].

В аналізованому фрагменті питання інтерв'юера отримує відповідь-підтвердження з подальшим розлогим коментарем гітариста арізонської групи «Def Leppard» Кемпбела стосовно подробиць возз'єднання гурту. Однак суттєво порушується постулат кількості, згідно з яким інформація не повинна бути надмірною, постулат релевантності, оскільки мовець вдається до відхилень від головної теми розмови, та постулат способу вираження, що суперечить вимозі стислості думок.

Встановлення необхідного контакту між співрозмовниками в інтерв'ю опосередковується каналами зв'язку, серед яких виділяють: акустичний (інтерв'ю на радіо), візуальний (інтерв'ю в пресі, електронних ЗМІ), аудіо-візуальний (інтерв'ю на телебаченні) [14, с. 32].

Аналіз видів інтерв'ю на основі критерію каналу зв'язку засвідчує, що друковані інтерв'ю поряд з еквівалентними їм електронними версіями друкованих видань, доступними в мережі Інтернет, і досі залишаються найчастотнішими.

Проте, такий вид інтерв'ю має ряд недоліків, адже «...постає перед читачем у відредагованому вигляді після аналізу проведеної з конкретною особою розмови, відповідного доопрацювання та підготовки матеріалу» [5]. У результаті цього можна говорити про існування колективного адресата, оскільки при висвітленні на сторінках газет інформація, надана інтерв'ююванним, подається крізь призму комунікативних намірів та прагматичних настанов інтерв'юера. Таким чином, вторинний адресат (читач) виступає не пасивним слухачем, а отримує інформацію опосередковано, «з других рук», що дає можливість говорити про вторинність інтерв'ю, його належність «до відкладеної комунікації, оскільки адресант (інтерв'юер і респондент) є віддаленим у часі й просторі відносно масового адресата (читача)» [9, с. 5]. Зміст газетного інтерв'ю відображає виклад питань та відповідей інтерв'ююваного у по-

рядку, встановленому інтерв'юером. Проте, навіть питання журналіста можуть бути імплікованими, про що свідчить наступний уривок інтерв'ю з американським кіноактором Кевіном Костнером:

I never used a negative number in my whole life. I doubt you have, either.

If six executives read something, and the rumor going around town is it's not very good, then no one thinks it's good. If I think something's good, I don't fall out of love with it.

Remember the days when you could only see The Wizard of Oz or It's a Wonderful Life once a year? When you see a movie that is incredibly crafted, you see something new every time you see it [17].

Уданому фрагменті читач повинен самостійно експлікувати зміст запитань інтерв'юера з відповідей актора. Єдиною підказкою у цьому випадку виступають графічні засоби оформлення тексту інтерв'ю – виділення ключових слів жирним шрифтом.

Головними ознаками, що об'єднують радіо- і телеінтерв'ю є документальність, невимушеність, емоційна яскравість, відчуття «живого» спілкування із запрошеним гостем. До того ж, телевізійним інтерв'ю властива візуалізація розмови, що дає можливість підсилити ефект вербальної комунікації невербальними засобами. «Реакція інтерв'ююваного, його міміка, жести, імпрізація під час передачі, зацікавленість темою розмови і низка інших чинників, що виникають у живому спілкуванні людей, – все це забезпечує перевагу телевізійного інтерв'ю над газетним і радіомовним» [5]. Суттєвою ознакою зазначених видів інтерв'ю є те, що слухач (глядач) почувається вільним у можливості зробити власні висновки стосовно інтерв'ююваного, незважаючи на ймовірні спроби інтерв'юера нав'язати ту чи іншу позицію аудиторії.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Інтерв'ю здійснює величезний вплив на аудиторію, адже в ході нього під впливом з'ясованих фактів часто відбувається переоцінка цінностей, і, як наслідок, повна або часткова зміна ставлення до інтерв'ююваного. Звідси впливає той факт, що в інтерв'ю ми певною мірою маємо справу із застосуванням маніпулятивних стратегій і тактик відносно респондента (що проявляється у відборі інтерв'юером питань і диригуванні ходом розмови) чи відносно вторинного адресата – аудиторії читачів чи слухачів (що проявляється у зміні уже сформованих позитивних/негативних установок стосовно опитуваного на кардинально протилежні або відході від нейтрального ставлення до інтерв'ююваного). Саме тому перспективою подальших розвідок є аналіз прямих та непрямих маніпулятивних стратегій, реалізованих в інтерв'ю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата / Н.Д. Арутюнова // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – М.: Наука. – 1981. – Т. 40, № 4. – С.356-367.
2. Вакуров В.Н. Стилистика газетных жанров. [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Журналистика" / В.Н. Вакуров, Н.Н. Кохтев, Г.Я. Солганик. – Москва : Высшая школа, 1978. –181 с.
3. Газетные жанры / [В.И. Власов, А.В. Гребнев, И.А. Зубков и др.]. – 2-е изд. – М.: Политиздат, 1976. – 176 с.
4. Голанова Е.И. Устный публичный диалог: жанр интервью / Е.И. Голанова //Русский язык конца XX столетия. – М., 2000. – С. 427 – 453.
5. Дмитровський З. Інтерв'ю в інформаційній телепрограмі: особливості, методика підготовки / З. Дмитровський. – URL: <http://lnu.edu.ua/lknp/mova/jur6/dmytr.htm>
6. Карпалюк Н.В. Газетне інтерв'ю як соціолінгвальне явище / Н.В. Карпалюк // Актуальні проблеми слов'янської філології. Бердянський ДПУ. – К., 2005. – Вип. 10. – С. 179–186.

7. Кузнецов В.Г. Телевизионная журналистика / Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М.: Высшая школа, 2002. – 304 с.
8. Крупко О.І. Комунікативно-прагматичний аспект дослідження текстів інтерв'ю преси / О.І. Крупко // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – К.: Логос, 2008. – С.174-179.
9. Саламатіна О.О. Мовленнєвий жанр "інтерв'ю" в сучасній німецькомовній та україномовній пресі: функціональні та прагматичні ознаки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / О.О. Саламатіна. – Одеса : Б.в., 2011. – 20 с.
10. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
11. Серажим К.С. Інтерв'ю з політиком як типовий жанр актуалізації сучасного політичного дискурсу / К.С. Серажим // Українське журналістикознавство. – К., 2004. – С. 43-51.
12. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход / А.А. Тертычный. – М.: Изд-во «Гендальф», 1998. – 230 с.
13. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. – М.: Рус. яз., 2002. – 216 с.
14. Штырева Светлана Викторовна. Прагмалингвистическая характеристика интервью : на материале французской прессы : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.05 / Светлана Викторовна Штырева. – Москва, 2006. – 163 с.
15. Cathalena E. Burch. Def Leppard returns after 13 years. – URL: http://tucson.com/entertainment/music/def-leppard-returns-after-years/article_93b67195-a063-5ad0-a49f-d5cf9ee51f53.html
16. Cnn larry king live. Interview With Stevie Wonder. – URL : <http://edition.cnn.com/TRANSCRIPTS/1012/05/lk1.01.html>
17. Kevin Costner: What I've Learned. – URL: <http://www.esquire.com/entertainment/interviews/a13794/kevin-costner-quotes-0512/>

REFERENCES TRANSLATED AND TRANSLITERATED

1. Arutyunova N.D. The factor of the addressee / N.D. Arutyunova // Proceedings of the Academy of Sciences of the USSR. A series of literature and language. – М.: Nauka. – 1981. – Т. 40, № 4. – P. 356-367.
2. Vakurov V.N. Stylistics of newspaper genres [Tekst] : a manual for students enrolled in the specialty "Journalism" / V.N. Vakurov, N. N. Kohtev, G. Y. Solganik. – Moskva : Visshaya shkola, 1978. –181 p.
3. Newspaper genres / [V.I. Vlasov, A.V. Grebnev, I.A. Zubkov i drugie]. –2-ye izdaniye. – М.: Politizdat, 1976. – 176 p.
4. Golanova Ye.I. Oral public dialogue: the genre of interview / Ye.I. Golanova // Russian language the end of XX century. – М., 2000. – P. 427 – 453.
5. Dmitrovskiy Z. Interview in television programme : peculiarities, training procedure / Z. Dmitrovskiy. – URL: <http://lnu.edu.ua/lknp/mova/jur6/dmytr.htm>
6. Karpalyuk N.V. Interview in the newspaper as a sociolinguistic phenomenon / N.V.Karpalyuk // Actual problems of Slavic philology.. Berdyanskiy DPU. – К., 2005. – Vyp. 10. – P. 179–186.
7. Kuznetsov V.G. Televizionnaya zhurnalistika [TV journalism] / G.V.Kuznetsov, V.L. Zvik, A.Ya. Yurovskiy – М.: High School, 2002. – 304 p.
8. Krupko O.I. Communicative-pragmatic aspect of investigation of the texts of interviews in the press / O.I. Krupko // Problems of semantics, pragmatics and cognitive linguistics. – К.: Logos, 2008. – P. 174-179.
9. Salamatina O.O. Speech genre of interview in modern German and Ukrainian press : functional and pragmatic characteristics: avt. diss. kand. filol. sc.: spec. 10.02.15 "General Linguistics " / O.O. Salamatina. – Odessa : B.v., 2011. – 20 p.
10. Selivanova O.O. Modern linguistics : trends and problems: Tutorial / O.O. Selivanova. – Poltava: Dovkillya-K, 2008. – 712 p.
11. Serazhim K. S. Interview with a politician as a typical genre of modern political discourse / K.S. Serazhim // Ukrainian journalism. – К., 2004. – P. 43-51.
12. Tertichnyy A.A. Analytical journalism : cognitive-psychological approach / A.A.Tertichnyy. – М.: Pub. "Gendalf", 1998. – 230 p.
13. Formanovskaya N.I. Conversation : communicative-pragmatic approach / N.I. Formanovskaya. – М.: Rus. jaz., 2002. – 216 p.
14. Shtiryova S.V. Pragmalinguistic characteristics of interview: based on the French press interviews: diss. ... kand. filol. sc. : 10.02.05 / S.V. Shtiryova. – Moskva, 2006. – 163 p.

Kuz'menko O.Yu. Peculiarities of communicative situation of interview and its components

Abstract. The article is dedicated to the consideration of the peculiarities of the communicative situation of interview, its components and factors that influence the effectiveness of the development of communicative interaction between the communicants. Special attention is devoted to the role of communication channels in order to come in contact with the addresser and the addressee as the partners of communication.

Keywords : *communicative situation, interview, addresser, addressee, interaction, communication channel*

Кузьменко Е.Ю. Особенности коммуникативной ситуации интервью и её компонентов

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению особенностей коммуникативной ситуации интервью, её компонентов и факторов, влияющих на эффективность протекания коммуникативного взаимодействия коммуникантов. Особое внимание уделяется роли каналов связи с целью установления контакта между адресантом и адресатом как партнерами коммуникации.

Ключевые слова: *коммуникативная ситуация, интервью, адресант, адресат, взаимодействие, канал связи*