

*В. О. Дуплійчук*  
*Житомирський державний університет*  
*імені І. Франка*  
*Науковий керівник*  
*к.ф.н., доц. Соловйова Л. Ф.*

## **ТЕКСТ ІНТЕРВ'Ю НА ТЛІ МЕДІА-ДИСКУРСУ**

У фокусі дослідження знаходиться текст інтерв'ю у сучасному медіа-дискурсі.

В наш час засоби масової інформації мають значний вплив на суспільну свідомість, адже великий обсяг інформації люди отримують з газет, журналів, телепередач та ток-шоу. ЗМІ є доступними для кожного, вони висвітлюють найрізноманітніші аспекти сучасного життя, починаючи з щоденних побутових ситуацій і закінчуючи визначними науковими відкриттями у різноманітних сферах. До того ж, завдяки ЗМІ відбувається передача інформації від комунікатора до реципієнта, завдяки чому формуються певні настрої та ставлення до отриманих даних. Сучасне суспільство володіє максимально зручним та оперативним способом отримувати інформацію щодо безлічі сфер діяльності, аналізувати її та виражати власні погляди. Вищеперераховані фактори і визначають **актуальність** даного дослідження.

**Метою** дослідження є лінгвістично-культурологічна характеристика інтерв'ю як одного з найефективніших засобів побудови інформаційно-аналітичних текстів масової інформації.

**Предметом** дослідження є жанр інтерв'ю як невід'ємна складова процесу передачі інформації про навколишню дійсність. Головною задачею даного жанру є задоволення потреб суспільства в систематичному засвоєнні маркованого фактом актуального соціального контексту, зображення актуальної соціальної реальності, отримання, обробка і передача інформації широкій аудиторії, забезпечення масового, впорядкованого, регулярного-періодичного розповсюдження соціально значимої інформації [2: 55].

**Об'єктом** дослідження є текст інтерв'ю у контексті сучасного медіа-дискурсу.

Сучасний етап розвитку лінгвістики характеризується сталим інтересом до тексту інтерв'ю як одиниці медіа-дискурсу. Дискурсивний ракурс сучасних досліджень масової комунікації є результатом методологічних трансформацій, характерних для комплексу сучасних соціальногуманітарних наук. Дослідженню різних аспектів мас-медійного дискурсу як в вітчизняній, так і зарубіжній лінгвістиці присвячені дослідження В.Дем'янка, М.Житарюка, Л.Кудрявцевої, Л.Дядечко, О.Дорофєєвої, С.Потапенка, Г.Манаєнко, О.Чередниченка, Л.Черепанової, О.Кубрякової, Ю.Зацного та багато інших.

Дискурс – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників. Це синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування. Дискурс має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів [7: 180].

У 1980-ті роки видатний вчений У. Манн досліджував проблему опису глобальної та локальної зв'язності дискурсу, котра вимагала єдиного усталеного підходу. Його теорія була заснована на припущенні про те, що будь-яка одиниця дискурсу пов'язана хоча б з однією іншою одиницею даного дискурсу у вигляді певного осмисленого зв'язку [11: 249]. Дана теорія отримала назву «теорія риторичної структури» та стала поштовхом до багатьох подальших досліджень дискурсу.

В лінгвістиці існує декілька типів дискурсу. Серед них виділяють раціональний дискурс, що є носієм різних типів інформації (раціоналізму, духовної віри, світобачення, поривань тощо), соціологічний, політологічний, філологічний та інші.

Видатний мовознавець В. І. Карасик виділяє наступні типи дискурсу: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, військовий, педагогічний, релігійний, містичний, медичний, діловий, рекламний, спортивний, науковий, сценічний і масово-інформаційний, зауважуючи, що цей список можна змінити або розширити, оскільки суспільні інститути суттєво відрізняються один від одного та не можуть розглядатися як однорідні явища. [5: 270].

**Медіа-дискурс** - це поняття, що має декілька визначень. Одним з них є наступне: медіа-дискурс – це специфічний тип мовно-мисленнєвої діяльності, яка характерна виключно для інформаційного поля мас-медіа [3: 89].

Медіа-дискурсу як вид дискурсу реалізується в межах масової комунікації, що продукується ЗМІ. Для своєї реалізації медіа-дискурс допускає наявність відносно сталого набору практик виробництва, трансляції і інтерпретації масової інформації [3: 91].

Видатний нідерландський лінгвіст Т.А. ван Дейк зазначає, що медійний дискурс слід розглядати як особливий вид мовного використання особливого типу текстів в соціокультурному діяльнісному аспекті [10: 165], тим самим підкреслюючи, що динамічність і сучасність є важливими рисами медійного дискурсу.

Головним принципом масмедійного дискурсу є орієнтація на адресата. Тому під час його здійснення адресанту необхідно враховувати велику кількість складових статусу адресата (віковий, гендерний, професійний, соціальний, культурний та інші фактори), що допоможуть специфікувати і доповнити поняття «фактор адресата». Деякі ЗМІ орієнтуються на конкретного адресата, його картину світу і мовну свідомість. Таким чином

аудиторія об'єднується однаковими очікуваннями по відношенню до форми і змісту комунікативних дій [7: 209].

Медіа-дискурс характеризується конвертацією певного потоку інформації в смисли, перекладом знання з одного рівня на інший або ж створенням особливого знання, котре стосується лише медійної дійсності. Через те, що медіа-дискурс – це діяльність, яку неможливо здійснити без участі суб'єктів масової комунікації, він обов'язково повинен бути вмотивований конкретною метою. Виходячи з поставленої мети, медіа-дискурс набуває специфічного змісту з конкретно сформованими цілями. Так, серед можливих цілей медіа-дискурсу можна зазначити опис-пояснення, регулювання та часткову зміну уявлення адресатів про навколишню дійсність, вплив на свідомість та світогляд адресатів, аналіз та оцінку дійсності, прогнозування ймовірних наслідків певних соціальних, політичних, економічних ситуацій, поточну оцінку та прогнозування положення справ у майбутньому.

Присутність різноманітних цілей в медіа-дискурсі доводить те, що він є модальним по відношенню до певних предметних областей. Тобто медіа-дискурс не тільки доносить до адресата ту чи іншу інформацію, а ще описує, пояснює, інтерпретує її, а також оцінює стан речей чи подій, і, як наслідок, він сприймається як реальний предмет, стосовно котрого в учасників медіа-дискурсу з'являються питання, власні оцінки та погляди, а також раціональні судження [1].

Таким чином, медіа-дискурс орієнтується насамперед на суспільство, через це до його характерних ознак можна віднести активне використання оцінювальної лексики, яка нашоує адресата на певні висновки; соціально закріплені мовні засоби; суспільно-політичну термінологію тощо.

У 21 столітті масову комунікацію можна реалізувати в усній та письмовій сферах. Радіо, телебачення, кіно та преса мають неабиякий вплив на формування світогляду адресата, а також на його оцінку дійсності. Спільним для обох вищевказаних сфер є **текст** як одиниця комунікативного процесу.

Текст зазвичай має на меті досягти максимального впливу на реципієнта; він тлумачиться не лише як лінгвостилістична категорія, а як культурне явище, обумовлене різноманітними соціально-психологічними факторами. Смислу текст набуває виключно в процесі комунікації, тобто тоді, коли його сприймає та аналізує реципієнт.

Досліджуючи питання медіа-дискурсу неможливо не зосередити увагу на такій інформаційно-аналітичній жанровій моделі сучасної мовної комунікації як **інтерв'ю**. Голанова О. І. дає наступні визначення інтерв'ю:

1. Розмова журналіста з політичним, громадським або іншим діячем з актуальних питань, призначена для опублікування у пресі, передачі по радіо, телебаченню (жанр публіцистики).

2. Запитання за спеціально підготовленою програмою, які ставляться до представників певної соціальної групи [2: 63].

Згідно до загальноприйнятої класифікації, тексти поділяються на монологічні та діалогічні, тому серед найпоширеніших структурно-формальних типів інтерв'ю слід назвати інтерв'ю-монолог та інтерв'ю-діалог.

Інтерв'ю-монолог – це вид інтерв'ю, котрий здійснюється у вигляді розгорнутої відповіді мовця на запитання кореспондента [8]. За своїм характером даний матеріал є подібним до статті. Також сюди можна віднести короткі змістовні повідомлення представників офіційних установ, політиків тощо.

Інтерв'ю-діалог – це передача змісту усієї розмови у формі запитань та відповідей. Його характерною ознакою є те, що кожне наступне питання повинно бути логічно пов'язане з попередньою відповіддю мовця, внаслідок чого формується логічний сюжетний ланцюжок, який має на меті висвітлити ту чи іншу проблему, зацентувати увагу на існуючому питанні, котре потребує розгляду чи порушити нову актуальну проблему. До особливостей інтерв'ю-діалогу відносять лаконічність та чіткість запитань, а також змістовність та логічне розгорнуте обґрунтування відповідей.

Також розрізняють варіант інтерв'ю, під час якого в розмові приймають участь два або більше учасників, котрі діляться один з одним своїми поглядами стосовно порушених проблем. Такі дискусії, зазвичай, характеризуються невимушеною дружньою атмосферою та розмовним варіантом спілкування.

**Висновки.** Дискурс - це мовлення, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія та компонент, який бере участь у взаємовідносинах людей та в механізмах їх свідомості (когнітивних процесах). Вагомий вклад у вивчення дискурсу зробили вчені С. Потапенко, Л. Дядечко та В. Карасик, котрий класифікував типи дискурсу та зосередив особливу увагу на масово-інформаційному типі дискурсу. Медіа-дискурс – вид дискурсу, котрий здійснюється в межах інформаційного поля мас-медіа. Він має на меті описати, пояснити, конкретизувати та проаналізувати явища навколишньої дійсності.

Важливе місце в медіа-дискурсі 21 століття посідає інтерв'ю – завершений у змістовому плані текст, у якому поєднані «ідейно змонтовані» блоки «запитань-відповідей», завдяки яким відбувається передача інформації від комунікатора до реципієнта, що спричиняє появу системи відповідних композиційних та вербальних ресурсів, які залучаються в контекст твору відповідно до комунікативних потреб і особливостей мовленнєвої ситуації (мета, завдання інтерв'ю, співрозмовника тощо). У жанровому плані інтерв'ю диференціює на ряд структурно-тематичних різновидів і субжанрових типів, що на даному етапі є надзвичайно актуальною проблемою у сучасній лінгвостилістиці.

Таким чином, інтерв'ю черпає можливості для подальшого жанротворення не лише із суміжних сфер – соціології, психології, реклами, воно є активним учасником взаємореляційних процесів усередині

жанрової системи ЗМІ, а тексти інтерв'ю заслуговують значної уваги сучасних лінгвістів.

#### Список використаної літератури

1. Бузаров В. Изучение диалогической коммуникации – основная задача коммуникативной грамматики // Вестник Московского университета. – Серия 9. – Филология. – 2002. – № 1. – С. 148;
2. Голанова Е. И. Устный публичный диалог: жанр интервью / Е. И. Голанова // Русский язык конца XX столетия. – М., 2000. – С. 52–98.
3. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская. – М.: УРСС Эдиториал, 2005. – 288 с.
4. Зильберт Б.А. Социо-психолингвистическое исследование текстов радио, ТВ и газеты / Б.А. Зильберт. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1986. – 211 с.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Карасик В.И. – Волгоград, 2002. – 477 с.
6. Кочан І.М. Лінгвістичний аналіз тексту: Навч. посіб. - НОВА ФІЛОЛОГІЯ № 38 2010 110 2-ге вид., перероб. і доп.-К.: Знання, 2008.-423 с
7. Макаров М. Л. Основы теории дискурса: учебное пособие. – М., 2003. – 354 с.
8. Тертычный А. Жанры периодической печати//Учебное пособие. – М., 2000.– С.156;
9. Тирон І. В. Особливості структурно-семантичної організації медійного дискурсу. – Нова Філологія № 38. – С. 105;
10. Dijk van T.A. News Schemata. Studying writing: Linguistic Approaches. Beverly Hills. CA:Sage.-1986.-155-186 p.
11. Mann W.C., Thompson S.A. Rhetorical Structure Theory: Toward a functional theory of text organization. 1988.-243-281 p.