

ІНШОМОВНЕ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

*Саламатіна О. О. – кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов МНАУ*

Попри наявність різноаспектних досліджень окремих особливостей інтерв'ю преси в низці лінгвістичних традицій [3; 4; 5] у мовознавстві й дотепер залишається нерозв'язаною проблема аналізу лінгвоспецифіки публіцистичного інтерв'ю як мовленнєвого жанру з урахуванням його комунікативно-прагматичних ознак.

У текстах-інтерв'ю респондент дотримується неконфліктних або конфліктних стратегій спілкування, що залежить від бажання чи небажання надати інтерв'юєру суспільно важливу інформацію, а також від позитивного чи негативного ставлення до репліки інтерв'юєра. Залежно від своєї комунікативної мети він обирає мовленнєву стратегію надання інформації або стратегію вираження точки зору, кожна з яких виражена групою тактик. Стратегія надання інформації інтерв'юєру представлена такими неконфліктними тактиками: “пряма відповідь”, “поширена відповідь”, “керування”. Стратегію вираження точки зору респондента відображають неконфліктні мовленнєві тактики: “пряма кореляція”, “пояснення”, яка включає “конкретизуюче пояснення” та “узагальнююче пояснення”.

Під інтерв'ю, яке ґрунтується на безпосередній взаємодії його учасників, мають на увазі саме когнітивний процес, пов'язаний з реальним мовленням, творенням мовленнєвого твору, текст є кінцевим результатом процесу мовленнєвої діяльності, що набирає певної закінченої (та

зафіксованої) форми [2, с. 35]. Таке протиставлення реального мовлення його результату допомагає зрозуміти те, коли саме текст іншомовного інтерв'ю може трактуватися як дискурс: тоді, коли він реально сприймається і потрапляє до свідомості читача.

Сучасне публіцистичне інтерв'ю дає уявлення про цілісний фрагмент дійсності, дозволяючи не лише співвідносити його структурні характеристики зі специфічними умовами його створення, але й досліджувати проблеми організації інформації, взаємодію зі знаннями, що складають досвід комунікантів з точки зору її обумовленості текстуальними і контекстуальними (когнітивними, соціокультурними) особливостями процесу комунікації.

Текст інтерв'ю в пресі створюється з метою надання читачеві інформації з певної теми. Комунікативний намір інтерв'юера, який полягає у спонуканні респондента до відповіді в усному опитуванні, зберігається та відображується у діалогічній частині тексту інтерв'ю в пресі. Інформативний комунікативний намір журналіста-інтерв'юера реалізується у створеній ним частині тексту інтерв'ю (наприклад, у надзаголовку, заголовку, підзаголовку, зачині, у питальних мовленнєвих актах, елементах текстоформування тощо). Але разом із тим, саме журналіст у більшій мірі впливає на хід інтерв'ю, а тому й на хід реалізації комунікативного наміру респондента, оскільки саме він спрямовує усне інтерв'ю та вибудовує відповідний текст інтерв'ю в пресі. У цьому полягає спонукальний комунікативний намір журналіста. Інформативний комунікативний намір респондента виражається в наданні журналістові, а також читачеві, від імені якого виступає журналіст, суб'єктивної та об'єктивної інформації з приводу певних подій [1, с. 38].

Отже, у межах сучасної наукової парадигми вважається за доцільне визначити текст інтерв'ю сучасної

іншомовної преси як вторинний, похідний від дискурсу реальної розмови інтерв'юера та респондента, тобто продукт дискурсивної діяльності, як джерело інформації про дискурс, як базова одиниця дискурсу, де знаходить своє відображення результат дискурсивного мислення, хід думок, їх послідовність та зв'язність ідей.

Література:

1. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 139 с.

2. Кубрякова Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма : Лингвистика – психология – когнитивная наука / Е. С. Кубрякова // Вопросы языкознания. – 1994. – № 4. –

С. 34–47.

3. Олександренко К. В. Екстралінгвістичні фактори створення експресивності у газетній комунікації / К. В. Олександренко // Актуальні проблеми філології та перекладознавства : зб. наук. пр. – Хмельницький : ХНУ, 2007. – Вип. 3. – С. 94–96.

4. Подолян М. П. Публіцистика як система жанрів / Подолян М. П. – К. : Наукова думка, 1998. – 220 с.

5. Провоторов В. И. Очерки по жанровой стилистике текста (на материале немецкого языка) / Провоторов В. И. – Курск : изд-во РОСИ, 2001. – 288 с.