

ДІАЛОГІЧНА ВЗАЄМОДІЯ В МАС-МЕДІЙНОМУ ІНТЕРВ'Ю

Статтю присвячено дослідженню діалогічної взаємодії адресанта й адресата в газетному тексті інтерв'ю. Виокремлено та проаналізовано типи комунікативної взаємодії, залежно від актуалізованого чинника, описано засоби та форми їх вираження в цьому жанровому різновиді.

Ключові слова: інтерв'ю, діалогічна взаємодія, адресант, адресат.

У газетному тексті діалог виконує текстотвірну роль, організуючи такий жанровий різновид, як інтерв'ю. Для якого характерна питально-відповідна форма та структура з окремих діалогічних єдностей. На думку К. Серажим, інтерв'ю має бути економним та змістовним, переважно «передається у формі діалогу: запитання репортера й відповіді інтерв'юваної особи. Перший визначає коло питань, другий розкриває суть питань, дає на них вичерпну відповідь» [5, с. 291], висвітлення комунікативної взаємодії між журналістом-інтерв'юером та респондентом увиразнює актуальність нашого дослідження. Специфіка інтерв'ю полягає в тому, що «стратегію його розгортання визначає не одна людина, а два і більше» [6, с. 23]. Крім того, для газетного діалогу релевантний «погляд третього» [1, с. 125], який є пасивним учасником – таким «третім» у газетному тексті виступають читачі.

Метою нашої розвідки є виокремлення та аналіз типів комунікативної взаємодії в газетному діалозі, що зумовило розв'язання таких завдань: розглянути інтерв'ю як засіб реалізації категорії діалогічності в газетному тексті; виявити форми та засоби вираження типів взаємодії комунікантів в газетному діалозі. Об'єктом дослідження є мова текстів інтерв'ю сучасних українських видань. Матеріалом дослідження є статті газет «Дзеркало тижня» (ДТ), «День» (Д), Кримська світлиця (КС), Поступ (П), «Сільські вісті» (СВ), «Чорноморські новини» (ЧН), «Україна молода» (УМ).

Газетні інтерв'ю залежно від переваги одного з комунікантів поділяємо на адресатно домінантні та адресантно домінантні. **Адресатно домінантні** тексти підпорядковані співрозмовникові, а адресант лише скеровує інтерв'ю. Домінантна роль адресата посилюється ввічливими звертаннями, використанням імені та по батькові, його позитивними характеристиками, а журналіст має тільки надати можливість співрозмовникові висловитися, напр., інтерв'ю з поетом і видавцем І. Малковичем:

– Пане Іване, з яким настроєм нині думаєте про свої видавничі справи? Адже не тільки в Україні, а й у цілому світі книжці прогноують не кращі часи? Це так?

– Справді, видавнича справа у світі йде на спад. Цей бізнес переживає не кращі часи. Навіть багато західних великих видавництв – закриваються... Я нещодавно був в Америці – і навіть там, уявіть, закриваються найбільші книгарні! Яка причина? Зараз багато книжок уже адаптовано в електронній версії. І це проблема для видавців... (ДТ. № 24. 2011).

У цьому тексті внутрішня діалогічність представлена не лише як взаємодія мовця й адресата, а й як дискусійність адресатного мовлення: співрозмовник не тільки відповідає на питання, а й формулює власні, відповідає на них, створює подвійну діалогічність тексту.

В інтерв'ю визначають лексичні та граматичні засоби вираження діалогічності. Граматичні – займенники *ви, ти* і дієслова 2-ої особи однини, але семантичний центр тексту утворює саме співрозмовник та його думки.

Іноді для полегшення комунікативної діяльності реального читача, який не завжди добре обізнаний з життям і творчістю текстового адресата, на початку матеріалу наводять необхідні відомості, тоді інтерв'ю стає ще стислішим і конкретнішим, напр.: *Штанда – міжнародна знаменитість. Народний артист України виступає не тільки в Києві, а й у Москві (на сцені Большого), а також у Празі, Роттердамі, Осло, Мальмі, Антверпені, Копенгагені, інших містах. Його справедливо називають одним із найкращих басів сучасної опери. (...)*

– Тарасе, а ви не намагалися підрахувати кількість оперних басових партій, які виконали за час своєї діяльності?... (ДТ. № 26.2011).

Мовець лише ініціює розмову, скеровує діалог але залишається «поза кадром», саме тому автор газетних інтерв'ю не завжди персоніфікований, його уособлює редакція відповідного газетного видання, напр.:

*У розпал виборчої кампанії **ПОСТУП** звернувся до відомого політика, політехнолога, народного депутата України IV скликання Володимира Цибулька з проханням прояснити ситуацію з місцевими виборами, а також дати оцінку нинішній політичній ситуації в державі.*

*– **Пане Володимире, яка специфіка сьогоденнього виборчого процесу?***

– Тотальна партизація! Вона мені нагадує горбачовську війну з алкоголізмом! Як відомо – переміг алкоголізм! А внаслідок такої тотальної партизації розвалиться нинішня «керівна і спрямовуюча» Партія регіонів. Тому що партія бізнесменів явищем тривалим не може бути, хоча й тимчасовим явищем подібні проекти є неповсюдними... (П. 23.09.2010).

У наведеному фрагменті мовець зазначений як видання «Поступ», а конкретний журналіст, який був співрозмовником, не названий. Крім того, питання максимально узагальнені, виконують лише допоміжну функцію. Складається враження, що в цілісний монолог політика вставили необхідні діалогічні маркери, щоб створити ефект живої розмови. Актуалізація мовлення адресата посилюється і через його експресивність, на відміну від мовця, в тексті це передається через конструкції експресивного синтаксису.

Актуалізація чинника адресата відбувається і тоді, коли співрозмовник «ховається» за своєю професійною маскою, напр., інтерв'ю із заслуженим артистом України Ю. Берлінським побудовано як розмова з Дідом Морозом:

Дід Мороз із 30-річним стажем погодився розкрити кілька професійних секретів.

– Ми лише помічники, далекі родичі справжнього Діда Мороза, і ми йому допомагасмо, адже він не може скрізь устигнути, – з усмішкою розповідає Юрій Григорович...

– *А як же сонні «Морозів» у дитсадочках та школах напередодні свята?*
...(СВ. № 153.2010).

Це інтерв'ю навіть починається з репліки співрозмовника, яка задає напрям комунікативної взаємодії. Адресат одразу починає грати роль Діда Мороза, від імені якого веде розмову, тому автор матеріалу змушений підлаштовуватися до нього. Запитання автора уточнювальні, сприймаються як допоміжні у монологічному мовленні співрозмовника, тому відчувається лише «ефект присутності» журналіста, основна його функція – максимально точно відтворення мовлення адресата. В якому наявні елементи вираження суб'єктивної модальності (вставні синтаксичні конструкції, модальні словосполучення), тоді як мовлення автора сухе, чітке, відповідає стандартам газетного стилю без елементів художньо-публіцистичного.

Крайнім виявом домінування адресата вважаємо монологічне подання інформації, отриманої в результаті діалогічної взаємодії. У такому разі запитання автора еліміновано, а співрозмовник – єдиний суб'єкт мовлення, напр., зустріч одеської журналістки з російською актрисою Т. Васильєвою:

Про Одесу реально. Це одне з моїх найулюблених міст. Відвідую його щонайменше раз у два роки. Серед моїх кращих друзів є одесити... Одеса – особливе місто, з надзвичайно присмною атмосферою...

Про міфічну Одесу. Головне, що тут є міся, де мешкали великі люди, на кшталт Бабеля. І добре, що ці міся не перетворилися на порох. Адже вони створюють особливу атмосферу в місті. (...)

Про творчі плани. Кажати, що я зайнята якимись цікавими мені зйомками, не можу. В кіно мене майже не запрошують, в основному пропонують ролі в серіалах... (ЧН. № 96-97. 2010).

Виклад ідеться від 1-ої особи, тому має форму не інтерв'ю, а монологічного мовлення, хоч на початку кожного змістового фрагмента окреслено його тему, яку можна було б сформулювати і як питальне речення. Обрана форма вдала тоді, коли інтерв'ю не має цілісного характеру або автор розмовляє з адресатом не один, а разом з іншими журналістами, напр., на прес-конференції, тому і запитання не пов'язані між собою однією темою. Таке подання є варіантом журналістської переробки діалогічної взаємодії.

Адресантно домінантні тексти передбачають активну позицію автора, який виражає свої думки, позиції, міркування на протипагу підпорядкованій ролі адресата. Напр., інтерв'ю починається з розлогого авторського коментаря, який нагадує вступну частину. Автор вступає в діалог й увяну дискусію з читачем, певною мірою нав'язуючи свою позицію, він не лише скеровує хід розмови, а задає її вектор так, як вважає доцільно і цікаво він особисто: *І отут я у всьому зрозумію незадоволених читачів, які бурчатиимуть на форумах: та не про те запитував, роззявивши рота в готелі «Україна», слухаючи містичні монолози Едварда Станіславовича! Тому що, не сумніваюся, до драматурга й історика-медіума (котрий регулярно викликає з астралу грізні тіні і привиди минулого) в кожного може виникнути сто тисяч своїх запитань ...Але тут усе, пробачте: запитував лише про те, що цікавило – особисто мене (ДТ. № 15. 2011).* Такий виклад характерний для художньо-публіцистичного мовлення, коли авторська позиція є сильною. На мовному рівні такий

підхід виражається за допомогою домінування двоскладних та означено-особових речень, у яких суб'єкт відповідає мовцю, тому представлений граматичними формами займенника *я* та дієслівними формами; також використано вставлені синтаксичні конструкції й особистісні звернення до реального читача.

К. Серажим стверджує, що елементи дискусійності й висловлення власних думок характерні виключно для вітчизняного досвіду інтерв'ю, тоді як в зарубіжній практиці «місію журналіста вбачають тільки в тому, щоб ставити запитання» [4, с. 290]. Ця позиція притаманна аналітичним виданням і тим, що належать до так званої «якісної преси» [3, с. 233], у яких авторська точка зору, навіть якщо вона не збігається з редакційною, висловлюється в матеріалах різних жанрів, напр., інтерв'ю з політтехнологом Є. Головахою:

– Є така думка: якщо десь відбувається революція, значить, за неї хтось заплатить. Зазвичай таку думку висловлюють істеричні журналісти на московських каналах. Набагато рідше трапляється, щоб про фінансування революцій говорили серйозні політики, але в Україні минулого тижня це сталося. Голова парламентської фракції Партії регіонів Олександр Єфремов, перебуваючи на своїй малій батьківщині в Луганській області, заявив на місцевому телебаченні, що в Україні за рахунок західного капіталу готується революція «а-ля Північна Африка». Як вам така теорія змови?

– Теорія змови – це доволі типова картина. Передбачаючи можливі протестні акції, завжди краще сказати, що вони є не спонтаним проявом невдоволеності, а чийось злим наміром, бажано зі сторони. (Д. № 70. 2011).

В авторській репліці, що ініціює розмову, питання подано в кінці і є конкретним та стислим, тоді як попередня частина-репліка досить велика за обсягом і має потужне семантичне навантаження. Автор поступово вводить співрозмовника в теми розмови, але одночасно й формує власне ставлення до обговорюваної проблеми за допомогою експресивної та оцінної лексики. Автор описує певну проблемну ситуацію дійсності, що мала місце в минулому, і, коментуючи її в оцінному ключі, підводить свого співрозмовника до потрібного напрямку розмови. Через це вже з репліки журналіста стає зрозумілим загальний зміст відповіді, тому що представлене явище вже отримало оцінку як «теорія змови», і співрозмовник має або підтвердити це або спростувати. Співрозмовник відштовхується від висловлення у журналістському запитанні оцінок, тому розмова триває в такому напрямі, що потрібен журналісту.

У журналістській практиці можливе перетворення реального діалогу на авторський монолог, напр.: *За годину розмови пані Яніна не встигла розповісти всього, що знає про дендропарк, бо за довгі роки роботи у ньому назбиралося ой як багато інформації. «Моя донька каже про мене іншим людям так: коли мама помиратиме, скажіть їй, що треба їхати у дендропарк, – вона встане і поїде», – перше, що сказала Яніна Яківна. Уже 20 років, як жінка відійшла від своєї справи (1990 року вона відмовилася від керування парком, бо захворіла її мама), але у разі потреби готова їхати туди, не вагаючись ні хвилини. Кажу «їхати», бо як розповіла Яніна Яківна, уже не може долати самотужки такі великі відстані (Д. № 37. 2011).*

По суті, перед нами оброблене інтерв'ю, що подано як журналістський матеріал іншого жанру, але тут яскраво виражено внутрішньотекстову діалогічність як по-

стійну цитацию і посилання на думку адресата мовлення. Домінування мовця полягає у наданні переваги авторським коментарям, актуалізації авторської точки зору та підпорядкуванні адресатного мовлення як допоміжного, ілюстративного, що лише підтверджує думки автора.

Такий спосіб характерний саме для адресантно домінантного типу, коли текст репрезентує імпліцитну діалогічність, яка виявляється через перехресні посилання та цитування різних джерел, напр.: *Адміністрація Президента України «вказала» голові Одеської обласної державної адміністрації Едуарду Матвійчуку на неприпустимість порушення законодавства України, яке регламентує діяльність засобів масової інформації. Як передає ІА «Контекст-Причорномор'я», про це йдеться у листі заступника голови Адміністрації Президента України Олега Рафальського на ім'я головного редактора агентства Олександра Осташика. У листі також зазначається: «Шановний Олександр Сергійовичу! На ваш запит щодо врегулювання ситуації, яка склалася у взаємовідносинах інформаційного агентства «Контекст-Причорномор'я» і Одеської обласної державної адміністрації через відмову в акредитації представника агентства, повідомляємо наступне... (КС. № 45. 2010).* У цьому фрагменті повною мірою маніфестована категорія діалогічності: автор зазначає всі джерела інформації, суб'єктів мовлення, їхні комунікативні позиції і передає як непряме мовлення ці думки, цитуючи їх. Адресантно домінантний тип діалогічної взаємодії може бути реалізований з маніпулятивною метою, оскільки передбачає вибіркове подання інформації, отриманої в результаті комунікативної взаємодії. Така вибіркковість уможливорює селекцію та викривлення інформації [2, с. 55], що є основними прийомами мовленнєвої маніпуляції.

Отже, категорія діалогічності найчастіше виявляється в газетному інтерв'ю, яке ілюструє вияв внутрішньотекстової діалогічності: обидва комуніканти реальні суб'єкти мовлення в газетному тексті перетворюються на внутрішньотекстових суб'єктів. Відзначимо, що для газетного інтерв'ю характерні несиметричні відношення адресанта й адресата.

Література

1. Загнітко А. П. Лінгвістика тексту : теорія і практикум : [наук.-навч. посіб.] / А. П. Загнітко. – Донецьк : Юго-Восток, 2007. – 313 с.
2. Копнина Г. А. Речевое манипулирование : [учеб. пособ.] / Г. А. Копнина. – М. : Флинта, 2008. – 176 с.
3. Потятиник Б. Патогенний текст / Б. Потятиник, М. Лозинський. – Львів : Місіонер, 1996. – 296 с.
4. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність : [монографія] / К. С. Серажим. – К. : КНУ, 2002. – 392 с.
5. Серажим К. С. Текстознавство : [підручник] / К. С. Серажим. – К. : Київський університет, 2008. – 527 с.
6. Филиппов К. А. Лингвистика текста: [курс лекций] / К. А. Филиппов. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007. – 331 с.

Назаренко О. Н. Диалогическое взаимодействие в масс-медийном интервью

Статья посвящена исследованию диалогического взаимодействия адресанта и адресата в газетном тексте интервью. Выделены и проанализированы типы коммуникативного взаимодействия, в зависимости от актуализированного фактора, описано средства и формы их выражения в этой жанровой разновидности.

Ключевые слова: интервью, диалогическое взаимодействие, адресант, адресат.

Nazarenko O. M. Dialogic interaction is mas-media interview

The article is devoted to research of dialogic interaction of sender and addressee in newspaper text of interview. The types of communicative co-operation are selected and analysed, depending on an actualization factor, facilities and forms of their expression are described in this genre variety.

Key words: interview, dialogic interaction, sender, addressee.