

КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВАЯ ЭВОЛЮЦИЯ ЖАНРА ИНТЕРВЬЮ
(на примере русского языка)

Л.Одонтуйя*

* Доцент кафедры русского языка МонГУ, Ph.D.

Ключевые слова: публичный диалог, жанр интервью, массовый адресат, реплики-реакции, реплики-подхваты, социальный контекст, масс-медиа.

Для языковой ситуации последних десятилетий XX века, отражающей новую общественно-политическую реальность России, характерна актуализация разных форм публичной речи, в первую очередь — публичного диалога.

Еще десять-пятнадцать лет назад публичный диалог сводился, в основном, к нескольким традиционным типам: диалоги в суде, на экзамене, научные дискуссии, типовые интервью. Современный публичный диалог (ПД) — динамичная сфера речевой коммуникации, представленная большим количеством видов и разновидностей (от коротких уличных опросов до “круглых столов” и

пресс-конференций), объединяемых общим структурно-языковым признаком — “реплицированием”, когда “говорение данного собеседника чередуется с говорением другого или других”¹.

Современная публичная коммуникация дает примеры совершенно новых жанров и типов речи, появлению которых активно способствуют и средства массовой информации (ср., например, теледебаты и дискуссии, разноголосые ток-шоу, теле и радиоигры с вопросами и ответами, телеобщение с “героями без галстуков” и т. п.).

Среди этого разнообразия коммуникативно-речевых типов современного публичного диалога выделяется своей активностью и частотностью употребления жанр интервью — жанр свободной беседы журналиста с каким-либо лицом или группой лиц, тема которой представляет общественный

интерес и предназначается для масс-медиа.

Широкое распространение этого вида публичного диалога связано с основной прагматической установкой и назначением интервью — передать в средствах массовой информации интересные для широкой публики сведения о каких-либо фактах, событиях, лицах, полученные во время беседы "из первых рук".

Жанр интервью ("И"), выступающий в двух своих разновидностях — "И"-звучащее и "И"-печатное² — характеризуется рядом существенных признаков, среди которых можно отметить публичность, официальность, наличие определенной цели, обращенность к адресату. Главным отличительным признаком является наличие второго ("двойного") адресата, так как наряду с непосредственными коммуникантами, участниками интервью (интервьюирующим и интервьюируемым) существует и потенциальный участник — читатель, слушатель, зритель — тот, ради кого, собственно, и идет этот диалог.

Целенаправленность информации, ориентация на широкую аудиторию, на "массового" адресата, ведет к определенным приемам отбора и использования языковых средств, их текстовой организации. Для жанра интервью

характерно вопросно-ответное построение. Диалогичность не является препятствием к восприятию интервью как единого текста. Взаимосвязь и взаимозависимость высказываний собеседников создает сложную речевую структуру, особый тип текста. Основные лингвистические характеристики ПД-интервью определяются прежде всего такими факторами, как социальный статус и языковая компетенция собеседников, тема и степень официальности обстановки, в которой идет диалог, а также вид масс-медиа, канал информации (телевидение, радио или пресса).

Жанр интервью как тип текста со времени своего становления претерпел ряд изменений, касающихся стилистики, структуры (типологии), характера функционирования, что в значительной степени определялось социальными условиями, социальным контекстом.

В русской периодической печати этот жанр был известен и активно использовался уже в начале века, чему способствовало расширение роли газет и общедоступных литературно-художественных еженедельников. Например, уже в первых номерах журнала "Огонёк" (1908 г.) появляются материалы, относящиеся к хронике общественной и культурной жизни, где в форме вопросов

и ответов дается информация об интересных для публики лицах (писателях, актерах и т.д.), событиях, сенсационных фактах. Тогда же складывались основные черты, характеризующие этот тип текста: формулы вежливости, формулы общения, риторические и стилистические фигуры, определенные средства поддержания речевого контакта, реплики-реакции, реплики-подхваты и т.д.

В дальнейшем развитие интервью, как и некоторых других публицистических жанров, не было гладким.

Советская действительность значительно изменила языковое и содержательное наполнение этого жанра. К 50-м годам прошлого столетия все жанры публицистики были "нацелены на достижение положительных результатов с точки зрения интересов практики коммунистического строительства, с точки зрения коммунистического воспитания"³.

Периодическая печать 50-х гг. дает, фактически, только один вид этого жанра — интервью-рассказ⁴ т.е. "сообщение или заявление определенного лица по

вопросу, предложенному корреспондентом" (Жанры советской газеты, М., 1972, с. 53). Как показывает материал газетной публицистики, тематика интервью определялась их основной целью: дать информацию о различных достижениях, свершениях, каких-либо важных начинаниях. Ср. названия рубрик, в которых помещались эти тексты: "Новая специальность"; "Рождение нового"; "Новые горизонты" и т.п. Как правило, это были "рассказы" передового строителя, тракториста, прославленного шахтера или спортсмена, заместителя

«

Утверждение в газетной и журнальной публицистике интервью-беседы проявило еще ярче основную особенность этого жанра: текст создается двумя коммуникантами, интервьюирующей и интервьюируемой выступают как соавторы, создатели единого текста, в основе которого лежит устная публичная речь, устный публичный диалог.

»

министра и т.д.

Наступление "хрущевской оттепели" вносит оживление и в язык прессы. В разных периодических изданиях появляются рубрики типа "Наши интервью", "Интервью дня", "У нас в гостях", "Разговор с интересным собеседником" и т.д. Расширение публицистического пространства жанра интервью тесно связано с расширением круга тем и круга интервьюируемых. Теперь корреспондент может обратиться со своими вопросами не только к новаторам

производства, но и к колхозниками артели "Красная поляна", которые критикуют работу местного магазина (Интервью о сельском магазине, Комс. Пр., 30 августа 1963).

Основным типом для 60-х гг. остается интервью-рассказ, хотя заметно расширяет свои позиции и интервью-беседа, когда текст дается полностью в виде вопросов и ответов. Развитию этого типа способствовало новое явление в общественно-политической практике: в советской прессе стали публиковаться "ответы на вопросы" на самом высоком уровне.

Стилистика текстов интервью "эпохи расцвета застоя" (как называют иногда 70-е годы) во многом подчиняется диктату времени, отражая характерные жизненные противоречия тех лет.

Распространение текстов, отражающих черты разных функциональных разновидностей, отход от единообразного, стандартизованного набора языковых средств свидетельствовали о некотором новом этапе функционирования жанра интервью.

Утверждение в газетной и журнальной публицистике интервью-беседы проявило еще ярче основную особенность этого жанра: текст создается двумя коммуникантами, интервьюирующей и интервьюируемый выступают как

соавторы, сотворцы единого текста, в основе которого лежит устная публичная речь, устный публичный диалог. Приобретает первостепенное значение "кто" и "кого" спрашивает, цель и тема интервью, ситуация, в которой происходит общение.

Эта общая картина в целом сохраняется до конца 80-х гг., когда новая общественно-политическая реальность вносит коррективы и в содержание, и в формы интервью. На смену официальной тематике и соответствующим языковым стереотипам прошлых лет пришел живой диалог в прямом эфире, отражающий интерес собеседников к самым разным проблемам современной действительности. Отмечая, что "жанр интервью – тема неохватная", так как интервью "бывают короткие и пространные, сенсационные и эксклюзивные ... проблемные и портретные, официальные и рекламные ...", сами журналисты дают такую характеристику интервью сегодня: "... популярность жанра связана с тем, что люди расковались ... Я говорю о звучащем интервью, так как работаю в этом жанре. В интервью неожиданность обязательно нужна. Собеседник не должен знать следующего вопроса... Есть два вида интервью: когда вы просто вынимаете из человека то, что

вам нужно, и другое "интервью-портрет", когда вы имеете целью показать самого человека, когда все, что он говорит, интересно" ("Журналист", 1993, №1). Определяющее влияние на язык интервью оказывает основная прагматическая установка: получить интересные для широкой публики сведения, касающиеся политики, науки, литературы, искусства, жизни и деятельности нашего современника. Отсюда многоликость и "многоголосье" интервьюируемых, что в свою очередь определяет и оправдывает большой разброс в использовании языковых средств, разностильность языковых единиц, смешение и совмещение в одном тексте разных стилистических приемов.

Если в традиционном определении интервью подчеркивалась, что это "предназначенная для печати беседа какого-либо известного деятеля с корреспондентов по вопросу, имеющему общественный интерес"⁵ то в современном понимании интервью приобретает несколько иную семантику — это предназначенная для средств массовой информации и инициированная журналистом беседа с каким-либо лицом на любые интересные для широкой публики темы. Исследователи не раз уже отмечали историческую зависимость речевых жанров от

социального контекста. Изменения в жанре интервью, его коммуникативно-речевая эволюция — явное тому доказательство.

Принятые сокращения

Комс. пр. — "Комсомольская правда"
Уш. — Толковый словарь русского языка (в 4-х томах), под ред. Д.Н.Ушакова. М., 1934-1940.

БАС — Словарь современного русского литературного языка (в 17-ти томах). М. — Л., 1948-1965.

МАС — Словарь русского языка (в 4-х томах), М., 1981-1983.

Литература

1. Барманкулов М. К. 1974. Жанры печати, радиовещания и телевидения. Алма-Ата.
2. Виноградов В. В. 1963. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.
3. Шмелев Д. Н. 1977. Русский язык в его функциональных разновидностях. М.
4. Якубинский Л. П. 1923. О диалогической речи // Русская речь. Вып. 1. Петроград.

Цитаты

¹ См. Якубинский, 1923.

² Наше исследование строится преимущественно на текстах "И"-печатного", так как этот материал наиболее доступен для сравнительно-хронологического анализа.

³ 1972. Жанры советской газеты, Москва, с. 12.

⁴ Хотя теоретически могли иметь место и интервью-зарисовка, и интервью-беседа.

⁵ См. Уш., МАС, БАС.

Resume

The transformation in Russian society of 90s has reflected in Language of massmedia. The sorts of interview are increasing year by year. Due to the society modern press theme are getting resbicted in a frame of readers.