

УДК 811.161.1

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРВЬЮ

© Данилова К.А., Шумкина И.В.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: kd.007@inbox.ru; shumkina.iv@ssau.ru

Цель исследования заключается в выявлении коммуникативного поведения современных интернет-интервьюеров. Были использованы методы и приемы общенаучного анализа: интроспекция и синхронно-описательный метод, представленный приемами наблюдения, обобщения и классификации, а также метод контекстуального анализа и сопоставительный метод. Результаты данного анализа можно будет использовать в областях науки, касающихся исследования особенностей российской и зарубежной журналистики и блоггинга.

Интервью является, с одной стороны, информационным жанром, а с другой – эффективным инструментом воздействия на сознание зрителей. Жанр интервью становится все более популярным, так как интерес и потребность аудитории в личном общении с каждым годом возрастают. Современные онлайн-интервью способствовали развитию жанра и сделали его доступным для более широкой аудитории. В социальных сетях и на различных медиаплатформах блогеры активно используют жанр интервью, приглашая медийных персон, политиков, актеров [1].

Новый формат производства журналистского продукта представлен сетевым форматом, который функционирует в системе «социальных медиа». Исследователи И.А. Быкова и О.Г. Филатова считают, что «социальные медиа становятся серьезным конкурентом для традиционных СМИ и наиболее посещаемыми ресурсами в интернете. Пользователи все больше отказываются от привычных информационных и развлекательных интернет-сайтов в пользу социальных медиа, которые становятся главным источником информации для них» [2].

Для анализа жанра интервью в современном медиaprостранстве нами были рассмотрены три YouTube-канала – «Осторожно, Собчак!» (Ксения Собчак), «А поговорить?» (Ирины Шихман) и «Нежный редактор» (Татьяна Мингалимова).

В коммуникативном поведении ведущих нами были выделены следующие общие черты:

1) Акцент на личности интервьюера. Журналист не только выступает в роли интервьюера, но также является владельцем собственного канала на YouTube, где у него есть своя аудитория. Эта аудитория проявляет интерес к мнению самого ведущего. Журналист не только задает вопросы, уточняет, но также активно комментирует и высказывает свое мнение в дискуссии;

2) Конфронтационное взаимодействие. Часто ведущий применяет тактики и стратегии коммуникации, характерные для конфронтационного взаимодействия в речи (прерывает собеседника, демонстрирует свою большую осведомленность в обсуждаемом вопросе, доминирует). В результате диалог в интервью складывается в форме дискуссии или полемики;

3) Мобильный тип коммуниканта. Журналисты легко включаются в беседу, могут переключаться с темы на тему в зависимости от готовности интервьюируемого обсуждать ту или иную тему.

4) Неформальный стиль общения. Ведущие используют разговорную, просторечную, жаргонную лексику с яркой эмоционально-экспрессивной окраской: «Что вас в друг друге **зацепило?**», «**Слушай**, ну в ваших отношениях выглядит все так, как будто это ты его **тюкаешь**» (Татьяна Мингалимова); «У меня было такое ощущение, что ты очень сильно **огребла**», «Это такая **помойка адовая**» (Ксения Собчак).

Таким образом, мы можем наблюдать изменение формата портретного интервью. Авторы каналов стремятся создать привлекательный проект для своей аудитории, предлагая зрителям шоу, в котором значительная роль принадлежит ведущему. Следует отметить, что современные онлайн-интервью способствовали развитию жанра и сделали его доступным для более широкой аудитории.

Библиографический список

1. Будолак М.С. Понятие «социальные медиа» // Петербургская школа PR: от теории к практике / отв. ред. А.Д. Кривоносов. СПб., 2009. С. 15.
2. Голанова Е.И. Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия. М.: Наука, 2002. С. 427–453.