

*кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри міжкультурної  
комунікації та перекладу  
Львівського національного  
університету імені Івана Франка*

## ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕРВ'Ю У МЕДІЙНІЙ ЖАНРОЛОГІЇ НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ

До головних напрямів дослідження інтерв'ю у лінгвістиці належать комунікативно-прагматичний, функціональний, лінгвокогнітивний, структурно-семантичний, жанрово-стилістичний і зіставно-контрастивний підходи, серед яких однозначно домінує перший [11]. Досліджуваний феномен розглядають як жанр публіцистики (О. Голік, І. Горбова, А. Мозолєвська, М. Штельмах), медіажанр (Г. Крижанівська), мовленнєвий жанр (Т. Кітаєва, О. Кузьменко, О. Саламатіна), тип дискурсу (С. Куранова, І. Шевченко) чи тип тексту (Г. Апалат, Н. Гапотченко, К. Серажим). Однак усі наявні в Україні дослідження, за винятком дисертації Г. Денискої про жанр вільного інтерв'ю на матеріалі телепередач і О. Борисова про український і британський діалог-інтерв'ю і Т. Шальман, ґрунтуються на публіцистичних інтерв'ю. Ми ж пропонуємо аналіз власне телеінтерв'ю в обох лінгвокультурах, що відповідає потребі сучасного суспільства контрастивно досліджувати відеоматеріал, дослідження якого є більше на часі, аніж публіцистика.

Тому метою статті є виокремлення саме телеінтерв'ю як комунікативного або мовленнєвого жанру, визначення головних векторів його дослідження.

Стаття складається з таких частин: 1. Категорійний статус телеінтерв'ю як комунікативного vs. мовленнєвого жанру. 2. Етоди дослідження і конwersаційний аналіз. 3. Аналіз телеінтерв'ю в українській та німецькій мовах з огляду на комунікативні девіації. 4. Висновки.

**Категорійний статус телеінтерв'ю як комунікативного vs. мовленнєвого жанру.** Поняття комунікативного жанру запропонував Т. Люкманн у соціології для опису сталих форм комунікативних дій [8, S. 202]. У німецькомовній лінгвістиці цим питанням займалися П. Ауер, Г. Шмітт і Й. Бергманн. С. Гюнтнер і Г. Кнобляух [7] і С. Гюнтнер [5, S. 92] розробили застосування цієї концепції в конwersаційному аналізі, і її основною тезою є те, що усна комунікація не є «неструктурованою та без форми», а відображена у «сталих комунікативних формах» [5, S. 193].

Т. Люкманн визначає комунікативні жанри як «історично та культурно специфічні, соціально закріплені та формалізовані рішення комунікативних проблем» [8, S. 256]. Отже, комуніканти знають, як взаємодіяти в цій схемі, які завдання вони повинні мати, як оцінювати перебіг дій (наприклад, розмова під час іспиту та співбесіди, запитання як добратися, замовлення в ресторані тощо). Такі моделі поведінки полегшують, за С. Гюнтнер [5, S. 197], «комунікацію, при чому вони координують синхронність дій комунікантів за допомогою більш-менш заданої схеми, скеровуючи на досить надійний, добре відомий і знайомий шлях». Комунікативні жанри є певними зразками дій, за допомогою яких комуніканти можуть як у продуктивній, так і в рецeптивній фазах висловлювання краще орієнтуватися, тобто вони полегшують спілкування.

Розрізняють такі структурні рівні у комунікативних жанрах: зовнішньоструктурний, внутрішньоструктурний і ситуативний рівень реалізації [5, S. 201], які нижче розглянемо детальніше.

1. До зовнішньої структури зараховують соціальне середовище, в якому відбувається комунікація, конкретну групу (наприклад студенти), установу (наприклад університет), гендерну належність (наприклад розмова серед жінок), тобто всі фактори, пов'язані з контекстом, які не утворені в інтеракції. Це може бути як місце і час зустрічі, так і одяг. Тобто комунікативні жанри відіграють центральну роль у конструюванні специфічних інституційних контекстів, тому, радше, вони впливають на середовище, а не навпаки [5, S. 205], оскільки опанування правильними комунікативними жанрами визначає (не)успіх у відповідній інституції [5, S. 206]. На зовнішньоструктурному рівні важливою є роль саме комунікативно-соціального середовища.

2. Внутрішня структура включає в себе вербальні та невербальні внутрішньотекстові компоненти комунікативної події. До вербальних належать фонологічні варіанти, лексико-семантичні феномени, морфосинтаксичні елементи, діалекти, стилістичні і риторичні фігури, структури членування текстів, ідіоми, тематичні блоки тощо, а до невербальних – просодика, специфіка голосу, жести та міміка [5, S. 201].

3. До ситуативного рівня реалізації належать «феномени, які стосуються інтерактивного контексту діалогічного обміну між комунікантами і секвенційного характеру висловлень» [5, S. 203]. Це – інтерсуб'єктивно-ситуативна проміжна структура, яку називають «ситуативним рівнем реалізації» [7] або «рівнем взаємодії» [5, S. 16]. На цьому рівні мова йде про послідовність окремих висловлень і про поділ права говорити, про зміни тем, але і про те, в яких стосунках комуніканти з особами, про яких говорять. Тобто йдеться про класичні питання конwersаційного аналізу, як-от: секвенційність, зміна мовців, парні секвенції, переважаючі структури, формат висловлювання і статус комунікантів та реакції реципієнтів [6, S. 17].

Також С. Гюнтнер підкреслює, що жанри – це інтерактивно сформовані, діалогічні конструкції в реальному процесі взаємодії [6, S. 19]. Йдеться першочергово про усну комунікацію. Тому методи дослідження

конверсаційного аналізу тут є ключовими [1]. Спочатку загальна концепція призначалася лише для аналізу природних розмов у контексті спілкування особистого характеру, а засоби масової комунікації залишалися поза увагою. Опираючись на лінгвістично-антропологічний підхід, де ЗМІ належать до внутрішньо-структурного рівня [5, S. 202; 6, S. 16], підтримуємо думку К. Дюршайд стосовно того, що чи спілкування здійснюється медіально, ця функція спочатку створює рамки, в яких відбувається взаємодія. Тому медіа належать до зовнішнього структурного рівня [4]. Форми спілкування утворюють зовнішню структуру комунікативної події, а комунікативні жанри – це закономірності дій, побудовані у спілкуванні, що дає учасникам орієнтацію.

У лінгвістиці тексту комунікативна функція має ключове значення для присвоєння класу (= тип тексту), а в антропологічно-лінгвістично спрямованій жанрології це взаємодія внутрішніх і зовнішніх структурних елементів та інтерактивної реалізації, яка враховується для встановлення комунікативного жанру. За допомогою аналізу комунікативних жанрів можна довести, що комунікативні практики учасників інтеракції створені специфічним інтерактивним орієнтуванням на типи текстів [5, S. 194].

Безумовно, це дослідження є продовженням ідей семотиків М. Бахтіна [2; 10] і В. Волошинова [3]. Вивченню мовленнєвих жанрів як одиниці комунікації, термінології лінгвістичної генології, класифікації мовленнєвих жанрів, їх зв'язків з іншими категоріями комунікації присвячено праці низки російських, польських, австралійських дослідників [12].

Поняття мовленнєвого жанру було введено у сучасну лінгвістику російським філологом М. Бахтіним ще у 1953 р. [10]. За М. Бахтіним, «мовленнєві жанри – це порівняно стійкі тематичні, композиційні і стилістичні типи висловлень [10, с. 255], форми індивідуальних висловлень, але не самі висловлення» [10, с. 282]. Аналіз теоретичних праць із проблем комунікативної лінгвістики та лінгвістичної прагматики дає підстави стверджувати: типові одиниці, які використовує мовець у процесах спілкування для досягнення бажаних результатів комунікації, – це мовленнєві жанри. Вони перебувають у тісному зв'язку з іншими категоріями комунікації, передусім, із мовленнєвими актами і дискурсом, тобто утворюють проміжну категорію між дискурсом та мовленнєвими актами.

Мовленнєвим жанрам характерні такі критерії для його визначення: 1) фіксованість у свідомості носіїв мови, 2) комунікативно-прагматична організація, 3) певний об'єм інформації, переданий за допомогою релевантних для конкретного його типу мовних засобів [12, с. 49]. Ці ознаки характерні і для мовленнєвого жанру інтерв'ю, що його організують у будь-якій мові, зокрема і в тих, що досліджуються. Існує низка варіацій у межах одного жанру, що надає йому індивідуального і гнучкого характеру.

У слов'янській науці про мову лінгвістична генологія, або жанрологія, здобула прихильність багатьох лінгвістів. Є розвідки про взаємодію мовленнєвих жанрів з іншими категоріями системної організації мовлення, зроблено спроби виділити основні спільні та відмінні ознаки мовленнєвих жанрів та мовленнєвих актів і розмежувати ці поняття з метою встановлення співвідношення між ними. Лінгвісти висвітлювали питання, пов'язані з типологією і виокремленням мовленнєвих жанрів із соціальними, психологічними та культурними чинниками їхнього використання, породженням та сприйняттям мовленнєвих жанрів комунікантами та з виникненням девіацій у вживанні мовленнєвих жанрів.

Надалі вважаємо перспективним поєднати інтерпретацію жанрів (комунікативних=мовленнєвих) у східно- і західноєвропейській лінгвістичних традиціях і екстраполювати її на дослідження тележанрів у різних лінгвокультурах. Саме це і демонструємо на жанрі відеоінтерв'ю в українській та німецькій мовах. Проте маємо на меті аналіз інтерв'ю за виокремленими рівнями з огляду на виявлені у них девіації.

Зважаючи на те, що досліджуємо інтерв'ю як комунікативний або – що звично для української лінгвістичної традиції – мовленнєвий жанр, релевантними у дослідженнях вважаємо типології, запропоновані М. Федосюком, Т. Шмельовою та Ф. Бацевичем, які пояснюють типологію МЖ найбільш переконливо [12, с. 65]. За таким принципом телеінтерв'ю – це складний вторинний інформативний мовленнєвий жанр теледискурсу зі специфічними внутрішньожанровими стратегіями і тактиками.

**Матеріал дослідження і конверсаційний аналіз.** У дослідженні ми опираємося на працю А. Депперманна «Gespräche analysieren», який стверджує, що для аналізу інтерв'ю, розмов під час терапії, групових дискусій тощо записаними й інвентаризованими мають бути 5–10 ситуацій, з яких хоча б 3 підлягають транскрипції та аналізу [3, S. 29]. До аналізу не залучено інтерв'ю монологічного типу, де вирізані запитання журналістів, а також інтерв'ю повністю російською або англійською мовами. У дослідженні проаналізовано по 6 коротких (тривалістю до 4 хв.) телеінтерв'ю українською та німецькою мовами (перелік інтерв'ю подаємо у списку джерел ілюстративного матеріалу [13–24]).

Матеріал дослідження передбачає такі передумови: 1) досліджувані ситуації є усталеними у плані форми, інформації і журналістського підходу; 2) первинні дані є автентичними, обмеженими у часі і просторі висловленнями у конкретній минулій ситуації; 3) вторинні дані – відеофрагмент, багаторазовий перегляд якого уможливує якнайдетальніше спостереження певних феноменів, які не так виражені для глядача через тиск різносторонніх синхронних подій; 4) третинні дані – мінімальний транскрипт з якомога меншою кількістю аналітичних даних у ньому, який принагідно можна деталізувати.

Вважаємо, що найдоцільніше застосовувати конверсаційний аналіз та аналіз бесід, які полягають в емпіричному дослідженні автентичних мовленнєвих даних, реконструюють зміст інтеракції. Конверсаційний аналіз ґрунтується на загальному смислі, як-от: конституювання ролей, імідж, модальність, дійсність, створення наративних світів, межі інтеракції. Для аналізу девіацій у телеінтерв'ю зупиняємося на трьох рівнях, запропонованих С. Гюнтер у п. 1.

Аналіз телеінтерв'ю в українській та німецькій мовах з огляду на комунікативні девіації. Під комунікативними девіаціями у цих телеінтерв'ю маємо на увазі відмінності в очікуваннях глядачів щодо тих чи інших структурних елементів в інтерв'ю, тобто тих елементів, які є нетиповими для телеінтерв'ю як жанру.

Особливості телеінтерв'ю в українській та німецькій мовах, з огляду на девіації у них, виявлені на таких вищезгаданих структурних рівнях:

1. *Девіації на зовнішньоструктурному рівні.* Щодо соціального середовища, в якому відбувається комунікація, і конкретної приналежності до групи, то проаналізовані найпопулярніші короткі телеінтерв'ю як в українській, так і німецькій мовах – це ті інтерв'ю, які найчастіше переглядають в YouTube. Вони присвячені розмовам переважно з футболістами, зірками загалом, на політичну тематику або з політиками.

В інтерв'ю-пародії на інтерв'ю з футболістом Пером Мертзакером, змінено місце і установу, де відбувається інтерв'ю, тобто не на полі після матчу, а в супермаркеті. Однак вербальне наповнення інтерв'ю загалом збережено, але поняття переможної, але не блискучої гри замінено поняттям покупок, що створює ще більшу недолугість ситуації, як в оригінальному інтерв'ю (далі у всіх прикладах Ж – журналіст, Р – респондент):

Ж *Ja... ganz schön viel eingekauft*

Р *Na gut... aber ich verstehe jetzt hier die Frage einfach nicht... nee*

Ж *Es ist Dienstag und der Einkaufswagen ist voll.*

Р *Ja. Wat sagen Sie denn?! Letztendlich wursch... Hauptsache ich habe hier was eingekauft eigentlich...*

Ж *Gut. Jetzt ist Dienstagnachmittag der Einkaufswagen ist voll. Es ist nicht mal Feiertag.*

Р *Was erwarten Sie denn?... [22]*

Як місце, так і час зустрічі належать до зовнішньоструктурного рівня. «Найкоротше інтерв'ю в історії» за часом триває лише 80 с, що абсолютно ошелешує політика, який налаштувався на бесіду, а не на привітання, одне питання і прощання:

Ж *Пані Катерина просила, щоб я довго не затримував Вас, бо, я розумію, графік є.*

Р *Eee (махнув рукою як знак байдужості і розчарування)*

Ж *То як в Вас справи?*

Р *Ну, в нас дуже сьогодні такий період напружений, тому що вже місяць осталося..*

Ж *Ну якщо...*

Р *Вибори.*

Ж *...ми вже довго не можемо Вас затримувати, тоді дякую Вам, мені цієї відповіді достатньо.*

Р *He... Я не поняв... Шо, шо, шо, шо*

*(Пауза у відео...)*

Ж *Я бажаю Вам добра. Дякую. Щасливо [14].*

2. *Девіації на внутрішньоструктурному рівні.* Вербальні особливості комунікантів спричиняють, напевно, найчастотніші девіації в аналізованих інтерв'ю. Фонетика не-носіїв мови є ще одним фактором, який додає популярності аналізованим інтерв'ю. Перш за все, це стосується іноземних футболістів, які не завжди зрозуміло говорять німецькою. Такі лексико-семантичні феномени, як пейоративи та інвективи і їх повтори у мовленні, емоційно забарвлена лексика (Скрябін, усі спортсмени і тренери в українських і німецьких інтерв'ю) є найбільш типовими девіаціями, переважно у мовленні тренерів і спортсменів в обох мовах.

Морфосинтаксичні елементи (наприклад граматичні структури) у мовленні іноземних футболістів створюють незрозумілість, але є також наслідком емоційності адресатів:

Р *...Ich muss 35 Jahre alt, ich habe lange gespielt Fußball. Aber ich noch nie gesehen eine Spiel genau heute. Für mich das ist nicht Profimannschaft, das ist nicht Profifußball - unglaublich. Und ja, für mich musse ungefähr eine Stunde keine schieß ein Tor, keine Ball für mich, keine Pass. Die Mannschaft weiß nicht welche Position in Platz, keine Systeme, gar nichts - Ich habe noch nie gesehen eine Fußball genau heute.*

Ж *Wie schwierig wars, sie hatten ja nicht einmal die Chance gehabt überhaupt aufs Tor zu schießen?*

Р *Ja, das ist schwer, für die Stürmer spiel genau so diese System oder musse diesen Fußball ist schwer. Hier musse; oder die beste Stürmer der Welt spiel genau in eine Mannschaft genau hier oder spiel genau heute ist kein Tor - es ist unglaublich. Nur long Ball, nur long Ball - das ist kein Fußball, das ist kein Fußball [21].*

До невербальних засобів належать надто емоційні жести та міміка як зірок, так і тренерів, і футболістів, поливання себе водою в магазині (пародія на Мертзакера), обійми з журналісткою (Дан Белан) тощо.

3. *Девіації на ситуативному рівні реалізації.* В аспекті поділу права говорити спостерігаються часті перебивання з боку адресата в обох мовах, коли питання журналістів їх дратують або незрозумілі.

Щодо зміни тем, то наявні різні висловлювання однієї особи, які демонструють її контрверсійні політичні позиції:

Р *Я не знаю, що це за люди були... вони намагалися цей пам'ятник скинути на ту сторону. Я думаю, що не настільки тут організовані були прості люди, думаю, що можливо це були провокатори... тому що...*

... *Давайте Україні не бійтесь йдіть сюда!!!...*

Ж *А навіщо валити Леніна?*

Р *Ленін – це символ цієї влади, Ленін – це символ... шиш того всього, що відбувається в нас, в Росії, в Білорусії. Це якщо сьогодні цього не зробити, то це ніхто не зробить, розумієте, ніколи... [13]*

У преференційних структурах спостерігаємо вибір тієї відповіді, яка для журналіста є неочікуваною, оскільки його розуміння питання не збігається з розумінням респондента:

Ж ...*War gut im Kindergarten*

Р *Ja*

Ж *Sind da auch Ausländer?*

Р *Nein da sind Kinder* [19]

Формат висловлювання і статус комунікантів та реакції реципієнтів часто не відповідають заданому жанру, через що виникають девіації переважно з боку реципієнта:

Ж ...*Was hat das deutsche Spiel so schwerfällig und anfällig gemacht?*

Р *Ist mir völlig wurscht. Wir sind unter den letzten Acht - nur das zählt.*

Ж *Aber das kann ja nicht das Niveau sein...*

Р *Was wollen Sie jetzt von mir? Wat wolln Sie kurz nach dem Spiel? Ich kann ja nicht verstehen.*

Ж ...

Р *Was wollen Sie? Wollen Sie eine erfolgreiche WM oder sollen wir wieder ausscheiden und haben schön gespielt? Ich verstehe die ganze Fragerei nicht. Wir sind weitergekommen, wir sind superhappy. Wir haben heute alles gegeben und bereiten uns jetzt auf Frankreich vor.* [20]

У статті розглядається телеінтерв'ю як комунікативний і мовленнєвий жанр. З огляду на аналіз українсько- і німецькомовних досліджень визначено телеінтерв'ю як мовленнєвий (комунікативний) жанр із певною усталеною структурою, тобто телеінтерв'ю – це складний вторинний інформативний мовленнєвий (або ж комунікативний) жанр теледискурсу зі специфічними внутрішньожанровими стратегіями і тактиками. Популярність телеінтерв'ю визначено за кількістю їх переглядів в YouTube, що зумовлено актуальністю теми або події, релевантністю особистості респондентів і комічністю або недолугістю висловлювань і ситуації як такої (тематично це – інтерв'ю з футболістами, зірками і на політичну тематику). В українських коротких телеінтерв'ю однаково популярними є спортивна і політична тематика, а в німецьких домінує спортивна.

Під комунікативними девіаціями маємо на увазі порушення або відмінності в очікуваннях глядачів щодо тих чи інших структурних елементів в інтерв'ю, тобто це певні елементи, які є нетиповими для цього жанру. Виявлено девіації на зовнішньоструктурному (часопросторова заміна створює комічний ефект в інтерв'ю обома мовами), внутрішньоструктурному (заміна окремих структурних складових елементів, характерних для телеінтерв'ю, повтори, особливо повтори інвектив, емоційно забарвлена лексика, типові в телеінтерв'ю обома мовами, специфіка фонетичних і морфосинтаксичних елементів не-носіїв мови у німецькій мові, перехід з української на російську в українських телеінтерв'ю) і на ситуативному рівні реалізації (перебивання зі сторони адресата в обох мовах, домінують неpreferenційні структури, тобто відповідь не та, яку, швидше за все, очікує почути адресант, в інтерв'ю обома мовами, як і порушення формату висловлювання і статусу комунікантів).

У перспективі – дослідження жанру телеінтерв'ю та комунікативних девіацій у ньому залежно від тематики, походження, соціальних ролей та лінгвокультури комунікантів.

### Література:

1. Ayaß R. *Konversationsanalytische Medienforschung. Medien & Kommunikationswissenschaft.* 2004. 52, 1. S. 5–29.
2. Bachtin M. *The problem of Speech Genre.* 1986. S. 60–102.
3. Deppermann A. *Gespräche analysieren.* Opladen: Leske und Budrich, 2008. 125 S.
4. Dürscheid C. *Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen.* Linguistik online 2005. 22, 1/05. URL: [http://www.linguistik-online.de/22\\_05/duerscheid.html](http://www.linguistik-online.de/22_05/duerscheid.html).
5. Günthner S. *Gattungen in der sozialen Praxis. Die Analyse kommunikativer Gattungen als Textsorten mündlicher Kommunikation.* Deutsche Sprache. 1995. 25/1. S. 193–218.
6. Günthner S. *Vorwurfsaktivitäten in der Alltagsinteraktion. Grammatische, prosodische, rhetorisch-stilistische und interaktive Verfahren bei der Konstitution kommunikativer Muster und Gattungen.* Tübingen. (= Reihe Germanistische Linguistik 221). 2000. 404 S.
7. Günthner S., Knoblauch H. *Forms are the Food of Faith – Gattungen als Muster kommunikativen Handelns.* Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 46, H. 4. 1994. S. 693–723.
8. Luckmann T. *Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen.* In: Neidhardt, Fritz, et al. (eds.): *Kultur und Gesellschaft.* Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 27. Opladen. 1986. S. 191–211.
9. Volosinov V. *Marxism and the Philosophy of Language.* Cambridge, Mass: Harvard Univ. Press, 1986. 205 P.
10. Бахтин М.М. *Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества.* М.: Искусство, 1986. 431 с.
11. Дяків Х.Ю. *Інтерв'ю як об'єкт філологічних досліджень в Україні: перспективи в девіації. Іноземна філологія: укр. наук. зб.* Львів: Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 2016. Вип. 129. С. 103–109.
12. Дяків Х.Ю. *Мовленнєвий жанр застереження та засоби його реалізації в українській і німецькій мовах: дис. ... канд. філол. наук. : спец. 10.02.17.* Львів, 2012. 241 с.

