

Е. Ю. Щербатых

Жанр интервью в англоязычной периодической печати

В статье рассматриваются особенности популярного публицистического жанра интервью, определяются отличительные признаки данного жанра, а также приводятся классификации видов интервью. Тексты интервью анализируются как диктемное диалогическое построение. Особое внимание уделяется рассмотрению языковых особенностей текстов интервью, в частности, анализу наиболее типичных оценочных конструкций.

Ключевые слова: интервью, диалог, оценка, интенсификация оценки, деинтенсификация оценки, эмотивный компонент.

E. U. Shcherbatykh

Interview Genre in English-Speaking Periodicals

In the article peculiarities of the popular publicistic genre of interview are considered, the peculiarities of the given genre are established, and classifications of types of interviews are given. Interview texts are analysed as a dialogic structure. Special attention is given to the study of linguistic features of interviews, particularly, to the analysis of the most typical evaluative constructions.

Keywords: interview, dialogue, evaluation, intensification of evaluation, deintensification of evaluation, emotive component.

Интервью – самый распространенный метод получения информации, который применяется журналистами во всех странах мира. В журналистской практике интервью рассматривается как один из традиционных методов сбора информации. Однако разговор с компетентным собеседником может быть самоценным и как текст, жанр.

На сегодняшний день большинство исследователей признают «бинарность» понятия *интервью*: интервью как уникального метода получения информации и интервью – публицистического жанра, характеризуемого диалоговой формой изложения материала. В данной работе основным объектом рассмотрения будет специфика интервью как способа организации газетного материала.

Анализ интервью любого вида неотделим от проблемы изучения диалога. Диалог всегда признавался одним из основных типов текста, при этом первичность диалогической коммуникации признается даже исследователями монолога. Глобальное понимание диалога восходит к трудам М. М. Бахтина, который пишет, что «слово рождается в диалоге». Он подчеркивает, что стилистика должна опираться ... на металингвистику, изучающую слово ... в сфере диалогического общения, то есть в сфере подлинной жизни слова» [8, с. 129].

Автор теории диктемного строя языка М. Я. Блох считает, что диалогическая последовательность, называемая им «оккурсемой», занимает более высокое положение в сегментной иерархии языка, чем монологическая последовательность – «кумуляема», поскольку реплики диалога образуются не только изолирован-

ными предложениями, но и последовательностями предложений – кумулемами. Кроме того, оккурсема существенно представляет собой разговор или его часть – это значит, что она производится не одной, а несколькими индивидуальными (подъязыковыми) системами, вошедшими в коммуникативный контакт. Таким образом, если «кумуляема представляет собой действительно сегментное единство, то оккурсема должна быть осмыслена как многосегментное (минимум двухсегментное единство)» [2, с. 117].

Существует мнение, что «журналистские материалы в подавляющем большинстве случаев имеют диалогическое начало, независимо от того, имеют ли они диалогическую форму изложения» [11, с. 9]. Автор журналистского текста часто или прямо обращается к читателю, или аргументирует для него нечто как для партнера по разговору. Поэтому в журналистских текстах многих жанров ставятся вопросы, даются ответы на них, приводятся доводы, выдвигаются контрдоводы, что создает иллюзию обмена мнениями, происходящего между партнерами по «живому» общению. Однако в наибольшей степени диалогическую структуру общения и познания отражает именно речевая форма интервью.

В теории журналистики существуют различные классификации интервью. Проблема классификации интервью в значительной степени обусловлена тем, что большинством авторов интервью рассматривается и как метод получения информации, и как жанр журналистики, отсюда и возникают различные типологии.

М. М. Лукина разграничивает такие понятия, как виды интервью и формы организации интервью. В

зависимости от целей она выделяет информационное интервью, интервью-расследование, интервью-портрет, креативное интервью. Говоря о формах организации интервью, данный автор называет пресс-конференцию, выход к прессе, брифинги, «круглый стол», интервью с использованием служб Интернета [7, с. 16–28].

З. С. Смелкова в учебном пособии «Риторические основы журналистики» говорит об условности типологических разграничений жанра интервью. В качестве примера возможной типологии приводится классификация М. И. Шостака, которая подразделяет интервью на информативные, экспертные, проблемные и интервью-знакомства. Если в первых трех видах смысловым центром является обсуждение события, вопроса, проблемы, то в последнем случае смысловой центр – знакомство с героем [12, с. 75–77].

Однако, по мнению З. С. Смелковой, «на газетной полосе происходит некая контаминация признаков названных разновидностей. При этом в логической схеме интервью на первый план выдвигается один из двух смысловых центров: либо социально-психологический портрет личности, либо анализ актуального события, явления, проблемы через призму индивидуального мнения авторитетного лица» [9, с. 169].

Таким образом, жанровое разнообразие интервью определяется не по какому-нибудь одному признаку, а по всей их совокупности. И хотя существуют определенные расхождения в терминологии, большинство авторов выделяют такие основные группы интервью, как *информационные, аналитические, портретные и коллективные*.

Поскольку жанр интервью часто относят к информационным жанрам, вполне логично в первую очередь рассмотреть интервью в его информационной ипостаси. В центре *информационного* интервью всегда находится общественно значимое событие. Костяком типичного информационного интервью являются ключевые для журналиста вопросы: кто? что? где? когда? почему? зачем?

В рассмотренных нами информационных интервью, данных Британскому изданию "The Observer", действительно отмечается большое количество прямых специальных вопросов, требующих от собеседника предоставления точной информации.

You've made a programme entitled *Unequal Opportunities with John Humphrys*. What's it about? [19, с. 1].

Однако по-настоящему информационным интервью будет только в том случае, если и в ответах собеседника акцент будет сделан на что? где? когда? Если же интервьюируемый начнет разворачивать ответы на вопросы, может появиться аналитический материал.

Аналитическое интервью по характеристикам можно отнести к синтетическим жанрам журналистики, так называемым жанровым «гибридам», потому что в нем могут проявиться различные жанровые черты. В подобном интервью могут использоваться как элементы корреспонденции, так и статьи, комментарии и обзора. Главным признаком аналитического интервью является анализ какого-либо события, явления, процесса. Поэтому для данного вида интервью наиболее приемлемыми будут ответы на следующие вопросы: как? почему? каким образом? по какой причине? и т. п.

...you write that technology is as great a force as nature". How so? [20, с. 1]

...why is there, as you suggest, less social movement now? [19, с. 2]

Только в отличие от других аналитических жанров, где ответы на подобные вопросы пытается сформулировать сам журналист, в аналитическом интервью данная функция возлагается на собеседника. Функция журналиста в данном случае заключается в том, что своими вопросами он задает направление анализа. В отличие от вопросов, задаваемых в информационном интервью, вопросы аналитического интервью часто содержат элементы, побуждающие собеседника к выражению своего мнения, такие как: do you think, in your terms, how would you describe.

Наличие некой идеи или мысли в интервью может породить развернутую аргументацию, подтверждающую или опровергающую те или иные мыслительные положения. Отсюда широкая распространенность в аналитических интервью таких глаголов, как acknowledge, argue, believe, suggest. Для большей убедительности интервьюируемые часто прибегают к использованию эмфатических конструкций.

I do think it is true that we are always at the edge of this process and have been for 10,000 years [20, с. 1].

Информационный и аналитический компоненты в подобных интервью зачастую настолько тесно переплетены, что представляется возможным объединение большинства подобных материалов в группу *информационно-аналитических* интервью.

Более того, В. И. Коньков говорит об условности термина «информационное интервью» и относит к этой стилиевой разновидности интервью, ориентированные на получение информации, характер которой не имеет отношения к личности интервьюируемого в полном объеме. По мнению данного автора, в таких интервью «собеседник интересен как источник определенной информации» [6, с. 55].

М. Н. Ким, напротив, считает, что, в отличие от информационной заметки, в информационном интервью факты приобретают субъективное звучание, так как

идентифицируются с личностью говорящего. И «здесь определенное значение имеет не только то, в какой последовательности излагаются факты, но и какие акценты расставляются в событии» [5, с. 302]. В данных интервью также можно встретить элементы портретного интервью, и все-таки личность остается на втором плане, в фокусе интервью – событие, явление, процесс.

Интервью-портрет, или персональное интервью (его еще называют английским словом *profile*), напротив, сфокусировано на герое. Им, как правило, становится человек, который привлекает интерес широкой публики. В настоящее время в газетной периодике портретное интервью – один из самых популярных жанров. Такая популярность вызвана, прежде всего, интересом читателей к той или иной личности, а также биографической достоверностью и возможностями жанра проникать во внутренний мир героев публикации.

На страницах современных периодических изданий мы встречаем различные типы портретных интервью: событийные (основанные на каком-либо факте или эпизоде из жизни героя); биографические (основной задачей которых является создание целостного образа человека); политические (в их центре – обсуждение значимого политического события или проблемы); юбилейные (поводом для написания которых является празднование юбилея известного деятеля культуры, искусства, литературы, науки и т. д.).

Различия между информационным и портретным интервью выявляются уже на уровне названия. Общим для всех заголовков является использование цитаты, выбранной из ответов интервьюируемого – фразы, которая так или иначе актуализирует содержание интервью.

Однако в информационных интервью это, как правило, цитаты, не связанные с личностью интервьюируемого, с использованием существительных в качестве подлежащего: "Technology is as great force as nature", "Neanderthals could show compassion". Реже встречаются названия с использованием местоимения 1 л. мн. ч.: "We won't go the way of dinosaurs". Обобщенно-личные конструкции подчеркивают, что речь идет о событиях и процессах, касающихся большого количества людей, общества в целом.

В портретных интервью подавляющее большинство названий – цитаты с использованием местоимения I, что позволяет по-иному расставить акценты. Вот лишь некоторые из подобных названий: "I'm much happier talking with people than I am flirting with them", "I tried retirement for a few weeks, but it didn't work out". Такие названия изначально настраивают читателя на восприятие личностно-ориентированной информации.

Если в информационном и аналитическом интервью предметом рассмотрения является текущее событие, явление, что диктует авторам необходимость использования грамматических форм настоящего или будущего времени (если речь идет о прогностических интервью), то в портретном интервью журналисты чаще обращаются к формам прошедшего времени, что позволяет им проследить этапы становления личности.

Наряду с широким использованием времен группы Past, активное применение находит и форма Present Perfect, что вполне обоснованно, так как вопросы часто касаются событий, которые на данный момент имели или не имели места в жизни интервьюируемого.

Have you developed a bit of a thing for Britain then? [18, с. 2]

Вопросы в портретном интервью отличаются большим структурным разнообразием и хотя доля традиционных прямых специальных и общих вопросов достаточно высока, наряду с ними распространены и косвенные вопросы, реплики-стимулы, вопросы-подтверждения, вопросы-отрицания.

So royal wouldn't be your fancy dress costume of choice? [18, с. 2]

You've been Santa before? [24, с. 1]

What you are good at is insouciant style... [24, с. 2]

Природа портретных интервью предрасполагает к использованию разнообразных оценочных конструкций. Оценочные значения выражаются различными способами, однако есть ряд конструкций, встречающихся настолько часто, что можно говорить об их типичности, характерности для текстов интервью.

Прежде всего, обращает на себя внимание большое количество словосочетаний с прилагательными в превосходной степени (особенно в вопросах интервьюера), так как для читателя интересен рассказ об исключительных, из ряда вон выходящих событиях, явлениях, предметах из жизни рассказчика.

What was the proudest moment of your career? [24, с. 2]

Who are the most enjoyable to work with – actors or musicians? [21, с. 1]

Исключительность моментов, освещаемых в интервью, зачастую подчеркивается использованием прилагательных, которые сами по себе обозначают высокую степень качества, таких как *favourite*, *brilliant*, *enormous*, *amazing*, *delicious*, *unbearable*, *huge*... Такие прилагательные легко становятся оценочными.

В текстах интервью (особенно в ответах интервьюируемых) встречается большое количество интенсификаторов, которые также сдвигают определение от дескрипции к оценке: *completely joyful*, *hugely impor-*

tant, terribly aware, incredibly free, absolutely important, incredibly wounded, notoriously difficult.

Движение по оценочной шкале отражают и многочисленные сочетания с усилением истинности признака.

It's really helpful to me [23, с. 2].

I really love "Song to the Siren" [21, с. 1].

Все перечисленные средства интенсификации оценочного высказывания преследуют прагматическую цель – сделать высказывание более убедительным, усилить перлокутивный эффект.

Однако наряду с интенсификацией оценки в текстах интервью нередки случаи, когда, напротив, говорящий старается снизить категоричность своего высказывания. В основе снижения категоричности лежат некоторые аспекты кооперативного принципа и необходимо дополняющий его принцип вежливости [14, с. 7–8, с. 81–82]. Нарушение указанных принципов ведет к коммуникативным провалам.

Снижение категоричности достигается, прежде всего, использованием деинтенсификаторов a bit, slightly, a little.

I was a bit fed up with ITV [16, с. 2].

It was slightly weird [17, с. 1].

Musicians are probably a bit more fun [21, с. 1].

В последнем примере использование модального оператора предположения также придает высказыванию более субъективное звучание.

Снижению категоричности служит и использование аппроксиматоров – выражений приблизительно, имеющих в виду в первую очередь не количество признака, а истинность высказывания.

The odd paradox is that the moment you don't take your career seriously, you can become quite good at broadcasting [24, с. 2].

Иногда в высказывании сочетаются сразу несколько единиц, снижающих категоричность.

...a woman like her who seems a bit awkward... [23, с. 1]

В данном примере, кроме деинтенсификатора a bit, используется также оценочный предикат seem. В подобных высказываниях говорящий хочет представить утверждение как субъективное мнение, истинное лишь в возможном мире субъекта, а не во всех возможных мирах.

Нельзя не отметить, что, если в информационных интервью журналист апеллирует, прежде всего, к разуму, интеллекту своего собеседника, иначе говоря, в большинстве диктем на первый план выходит интеллективная рубрика, то в портретном интервью значительно больше диктем, в которых актуализируется эмотивная рубрика.

Эта тенденция находит свое отражение и на языковом уровне: в вопросах информационного интервью, как упоминалось выше, распространена формулировка do you think, в портретном интервью она все чаще заменяется на how do you feel. Журналисты намеренно выбирают лексические единицы, формулируя вопрос таким образом, чтобы в ответе собеседник говорил о своих чувствах и эмоциях.

Does that annoy you? [23, с. 1]

Do you find it amusing when people are so obsessed with your hair? [16, с. 3]

Ответные реплики также богаты единицами, помогающими отнести высказывание к сфере чувств и эмоций.

I'm much happier talking with people than I am flirting with them [18, с. 1].

Впрочем, при наличии определенных общих тенденций, нельзя не отметить, что в характере речевых форм, в их лексико-грамматическом облике находит свое отражение личность собеседника. Портрет творческой личности включает в себя и те произведения, которые она порождает в своей творческой деятельности. Поэтому в таких интервью существенной особенностью является интертекст.

Наконец, участник портретного интервью в своих ответах может подробнее остановиться на анализе какого-либо события, явления, что привносит в текст элементы информационно-аналитического интервью. Это значит, что разграничивать информационно-аналитические и портретные интервью можно лишь с известной долей условности. Вероятно, более правомерно говорить о превалировании портретного или информационно-аналитического компонента в тексте интервью.

Впрочем, несмотря на отсутствие единообразия в подходах к классификации интервью, в вопросе о необходимости выделения интервью в самостоятельный жанр периодической печати большинство исследователей единодушны, полагая, что жанр интервью является результатом закрепления в журналистском тексте формы получения автором этого текста определенных сведений.

В последнее время диалоговые формы изложения материала занимают все более заметное место в периодических изданиях. Это объясняется, прежде всего, тем, что форма диалога является более привлекательной для читателя, в сравнении с монологом, она более органична и менее сложна для восприятия.

Однако не только форма, но и содержание интервью делают его одним из наиболее востребованных жанров современной журналистики. Это можно объяснить все возрастающим интересом к личностным суждениям и оценкам, доверием к прямой речи собе-

седника в ситуациях, когда она может стать эквивалентом репортажной информации. Впрочем, собеседник в интервью выступает не только как источник определенной информации, читателю зачастую более интересна личность самого интервьюируемого, отсюда такая распространенность портретных интервью на страницах современной периодической печати.

Высокая степень выраженности личностного начала в текстах интервью достигается за счет использования определенных языковых средств. В большинстве рассмотренных интервью обращает на себя внимание структурное разнообразие вопросов, использование элементов разговорного стиля.

Очевидно, дать разностороннее представление о личности невозможно без выражения оценки тех или иных событий, явлений, отсюда широкое использование оценочных конструкций как в вопросах журналиста, так и в ответах интервьюируемого. Эти оценочные комплексы разнообразны по своей семантике и структуре, в текстах интервью распространены конструкции, позволяющие двигаться по шкале оценки. В первую очередь, это средства интенсификации оценки: прилагательные в превосходной степени, сочетания с интенсификаторами и усилителями истинности признака.

Однако наряду с интенсификацией оценки наблюдается и противоположная тенденция – в рамках принципа вежливости происходит снижение категоричности высказывания за счет использования деинтенсификаторов, аппроксиматоров, модальных операторов предположения.

Рассматривая текст интервью как диктемное построение, нельзя не отметить, что на первый план в большинстве диктем выходит эмотивная рубрика, что также находит свое отражение в выборе соответствующих языковых единиц.

Библиографический список

1. Блох, М. Я. Диктема в уровневой структуре языка [Текст] / М. Я. Блох // Вопросы языкознания. – М., 2000 – № 4. – С. 56–67.
2. Блох, М. Я. Теоретические основы грамматики [Текст] / М. Я. Блох. – 2-е изд., испр. – М.: Высшая школа, 2000. – 160 с.
3. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки [Текст] / Е. М. Вольф. – М.: Наука, 1985. – 228 с.
4. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиареши [Текст] / Т. Г. Добросклонская. – М.: КРАСАНД, 2010. – 288 с.
5. Ким, М. Н. Основы творческой деятельности журналиста [Текст]: учебник для вузов / М. Н. Ким. – СПб.: Питер, 2010. – 400 с.

6. Коньков, В. И. Речевая структура газетных жанров [Текст]: учебное пособие / В. И. Коньков. – СПб.: Роза мира, 2004. – 221 с.
7. Лукина, М. М. Технология интервью [Текст]: учеб. пособие для вузов / М. М. Лукина. – 2-е изд., доп. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 192 с.
8. Оссовский, О. Е. Диалог в большом времени: литературоведческая концепция М. М. Бахтина [Текст] / О. Е. Оссовский. – Саранск, 1997. – 66 с.
9. Смелкова, З. С. Риторические основы журналистики: работа над жанрами газеты [Текст]: учебное пособие / З. С. Смелкова. – М.: Наука, 2002. – 318 с.
10. Телия, В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц [Текст] / В. Н. Телия. – М.: Наука, 1986. – 142 с.
11. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати [Текст]: учебное пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
12. Шостак, М. И. Репортер: профессионализм и этика [Текст] / М. И. Шостак. – М.: Изд. РИП-холдинг, 2002. – 165 с.
13. Bolinger D. Degree words / D. Bolinger. – Paris: The Hague, 1972. – 324 с.
14. Leech G Principles of pragmatics / G Leech. – New York: Longman, 1983. – 250 с.
15. Wierzbicka A. Cross-cultural pragmatics. The semantics of human interaction / A. Wierzbicka. – 2nd edition. – Berlin: Mouton de Gruyter, 2003. – 502 с.
16. Bragg M. The art cuts are madness / M. Bragg. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/media/2011/jan/09>. – С. 1–3.
17. Gomperts Will. We're brought up to be intimidated by art / W. Gomperts. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/theobserver/2010/jul/25>. – С. 1–4.
18. Hathaway Ann. I'm much happier talking with people than I am flirting with them / A. Hathaway. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/film/2010/dec/26>. – С. 1–3.
19. Humphrys John. Let headteachers get on with improving schools / J. Humphrys. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/theobserver/2010/sep/19>. – С. 1–5.
20. Kelly Kevin. Technology is as great a force as nature / K. Kelly. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/technology/2010/oct/24>. – С. 1–3.
21. Lynch David. I'm not a musician but I love making music / D. Lynch. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/film/2010/dec/19>. – С. 1–2.
22. Nield Ted. We won't go the way of the dinosaurs / T. Nield. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/technology/2011/jan/02>. – С. 1–3.
23. Reilly Kelly. I'm not an exhibitionist. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/theobserver/2011/jan/02>. – С. 1–2.
24. Sergeant John. I tried retirement for a few weeks, but it didn't work out. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk/theobserver/2010/dec/12>. – С. 1–3.