

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

Кафедра міжнародних відносин та журналістики

Рада молодих учених

ДУ «Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України»

Національний університет «Чернігівська політехніка»

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ НАУКИ ХХІ СТОЛІТТЯ

**Всеукраїнська науково-практична
Інтернет-конференція
молодих учених та студентів**

м. Київ, Україна, 1 грудня 2021 р.

Київ

2021

МОСКАЛЕНКО Н.П.

студентка 4 курсу, спеціальність «Журналістика»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

MoskalenkoNP@krok.edu.ua

МОМОТ Н.М.

к.ф.н., доцент,

доцент кафедри міжнародних відносин та журналістики,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ORCID: 0000-0002-1054-4517

NeMo-web@ukr.net

ІНТЕРВ'Ю ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЕРСОНІФІКАЦІЇ ЖУРНАЛІСТА

Анотація. У статті розкрито сутність інтерв'ю як ефективної форми комунікації. Зазначено, що публічні діалоги є актуальними засобами в її досягненні. Зроблено огляд історіографії жанру інтерв'ю, вказано відомі персоналії та проаналізовано зразки їх публічних інтерв'ю.

Ключові слова: інтерв'ю, персоніфікація, форми комунікації, публічний діалог, громадська думка, комунікативні стратегії.

Е. Голанова визнала, що «однією з найактивніших форм комунікації в наші дні стає усна публічна мова і в першу чергу – публічний діалог», а також зазначила, що «найбільш затребуваним типом публічного діалогу в наші дні став жанр інтерв'ю, що виступає в двох своїх різновидах - інтерв'ю звукове та інтерв'ю друковане» [2, с. 343]. Історіографія жанру багата знаними персонами та яскравими зразками. Кожна особистість, акумулюючи інформацію, так чи так персоніфікує її, свідомо чи підсвідомо прагне переповісти співрозмовнику, додаючи до неї власні емоції і думки, співпереживаючи і співвимірюючи її.

Е. Фромм у своїй праці «Анатомія людської деструктивності» зробив такі висновки щодо потреб людини (всі вони - стратегічно важливі для сучасних ЗМІ): потреба у спілкуванні, потреба у творчості, пошук ідеального, потреба у відчутті безпеки життя, прагнення до уподібнення, пошук об'єкта поклоніння. Індивід живе у світі суперечливих мотивів, прагнень і очікувань. Людина тягнеться до пізнання, до досягнення себе через думки і погляди інших.

Характерною рисою українського телебачення є цілеспрямований вплив на масову свідомість і формування громадської думки у відповідності з політикою каналу. М. Василенко наголошує на тому, що найвищий рівень персоніфікації – коли журналіста чекають на екрані заради нього самого, чекають як лідера, який вміє пояснити складні проблеми, як особистість значну в моральному, духовному плані [1, с. 52]. Г. Лазутіна наголошує на тому, що до зустрічі з опонентом інтерв'юєру треба дуже ретельно готуватися [4, с. 72]. При підготовці до інтерв'ю, на перше запитання журналіст повинен передбачити дві відповіді: позитивну і негативну. Від відповіді залежить кожне наступне запитання, на яке знову ж таки треба передбачити дві протилежні відповіді. Можна зобразити схему, схожу на дерево, де на кожне запитання очікується одна з двох відповідей [3, с. 72]. І телебачення певною мірою взяло на себе місію давати відповіді на поставлені суспільством запитання.

Розглядаючи комунікативні стратегії інтерв'ювання, можна виокремити декілька головних правил ведення інтерв'ю: у будь-якій розмові, світській чи діловій, перше, чого необхідно досягти, – це створити невимушену обстановку. Важливе правило: візуальний контакт зі співрозмовником. Однак є ще правила мови жестів, яких для успішної розмови необхідно дотримуватися, наприклад, дивитися співрозмовнику в очі [3, с. 28].

Вивчення мовленнєвої поведінки представників різноманітних вікових категорій дозволяє визначити їх рівень сформованості комунікативної компетенції, а також дізнатися про людину взагалі [5]. У соціолінгвістиці вік мовця є одним із параметрів дослідження соціальних відмінностей у функціонуванні мови [6, с.80]. Соціолект – засіб фіксації культуро-специфічних концептів підліткового буття. Таким чином, моральні, матеріальні, естетичні, пізнавальні цінності підліткового середовища знаходять втілення в лексикалізованій формі. Гендер мовця є важливим параметром самоідентифікації особистості й має вплив на процеси обробки, структурування інформації, що потрапляє до свідомості, й відображається у вербальній та невербальній поведінці індивіда [7, с. 7–11].

І. Зирянова вважає, що на схему жіночої вербальної ідентифікації й характер мовленнєвої поведінки жінок впливають такі фактори: зовнішні характеристики, фізичні дані, внутрішні якості особистості, рівень матеріальної забезпеченості, соціальний статус, розумові здібності, освіта, виховання, вік. Отже, ментальна концепція національного середовища разом з історико-культурними традиціями мають вплив на вибір жінками засобів ідентифікації та характер їх мовленнєвої поведінки [8, с. 138].

В основі будь-якого діалогічного дискурсу знаходимо планування мовленнєвих дій і вибір найбільш вдалого способу досягнення цілей, що стоять перед комунікантами. Кожне висловлювання чи певна послідовність висловлювань націлені на виконання безлічі функцій та досягнення певних цілей. Для цього комунікант добирає мовленнєві засоби, що найкращим чином допоможуть йому досягти поставлених цілей комунікації [9].

У своєму визначенні Тьон Адріанус ван Дейк зазначає, що стратегією є організація послідовних дій, яка включає до свого складу цілі взаємодії. Стратегії дозволяють здійснити вибір, за допомогою якого досягають обраних цілей. Правильний вибір стратегій дозволяє комуніканту досягти максимальної кількості цілей. Комунікативні стратегії відрізняються гнучкістю й динамікою, оскільки у процесі спілкування вони зазнають постійних коригувань, безпосередньо залежать від мовленнєвих дій іншого комуніканта та від контексту дискурсу, що постійно доповнюється та змінюється [10, с. 272].

Комунікативна тактика – це конкретний спосіб реалізації інтенційної програми дискурсу, підпорядкований комунікативній стратегії. Комунікативна тактика вирізняється динамічним характером, який уможливорює оперативне реагування на ситуацію, і безпосередньо залежить від мовленнєвих умінь та комунікативної компетенції комунікантів [11, с. 240]. Загальноприйнятою є типологія комунікативних стратегій, заснована на діалогічній взаємодії відповідно до результатів комунікативної події – гармонія чи конфлікт. Стратегії, відповідно до цього, поділяють на кооперативні та некооперативні (конфліктні, конфронтаційні) [12, с. 131–137].

Здійснюючи мовленнєві акти, можна певним чином впливати на масового адресата – переконати, викликати занепокоєння, розважити, налякати тощо. Слова здійснюють

певний вплив на почуття, думки чи дії аудиторії. Це може бути розрахований, навмисний, цілеспрямований ефект [10]. Тому потрібно обирати правильні шляхи комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / Василенко М. К. – Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
2. Голанова Е. И. Устный, публичный диалог / Е. И. Голанова // Русский язык конца XX столетия. – [2-е изд.]. – Москва, 2000. – 480 с.
3. Кукушкина О. В. Речевые неудачи как продукт речи мыслительной деятельности : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / О. Кукушкина. – Москва, 1998. – 76 с.
4. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста / Г. Лазутина. – Москва : Аспект Пресс, 2001. – 157 с.
5. Галапчук О. М. Вікова диференціація стратегій і тактик дискурсу в сучасній англійській мові : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / О. Галапчук. - Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2000. – 197 с.
6. Вахтин Н. Б. Социалингвистика и социология языка : учебное пособие / Н. Б. Вахтин, Е. В. Головкин. – Санкт-Петербург : Гуманитарная академия, 2004. – 336 с.
7. Халеева И. И. Гендер в теории и практике обучения межкультурной коммуникации / И. И. Халеева // Доклады Первой Международной конференции «Гендер: язык, культура коммуникация». – Москва, 2001. – С. 7–11.
8. Зырянова И. Н. Дифференциальные признаки языковых средств маскулинной и феминной языковой личности в текстах брачных объявлений / И. Н. Зырянова // Вестн. Иркут. гос. лингвист. ун-та. – 2008. – № 3. – С. 137— 142.
9. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – Москва : Гнозис, 2003. – 280 с.
10. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : перевод с английского / Т. А. Дейк. – Москва : Прогресс, 1989. – 312 с.
11. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
12. Іващишин О. М. Англійські термінологічні словосполучення у текстах з проблем техногенного впливу на довкілля : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / О. Іващишин. – Львів, 2007. – 20 с.

MOSKALENKO N.P.

INTERVIEW AS A TOOL OF JOURNALIST PERSONIFICATION

Annotation. The article reveals the essence of interviews as an effective form of communication. It is noted that public dialogues are relevant tools in achieving it. An overview of the historiography of the interview genre is given, well-known personalities are indicated and samples of their public interviews are analyzed.

Keywords: interviews, personification, forms of communication, public dialogue, public opinion, communication strategies.