

*Писаренко Людмила*

*(м. Харків)*

## **ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРВ'Ю У АМЕРИКАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ТОК-ШОУ.**

Дискурс масмедіа значним чином впливає на розвиток сучасного суспільства, оскільки формує світогляд його членів, конструюючи у прихованій або в явній формі думки, переконання, емоційні оцінки тих чи інших подій у свідомості кожного індивіда. «Для більшості людей інформація, образи й ідеї, які подають медіа – це основне джерело усвідомлення спільного минулого (історії) та соціальної теперішності. Медіа часто допомагають нам утворювати власне сприйняття та визначення соціальної дійсності та нормальності для утворення спільноти. Вони основне джерело стандартів, моделей і норм» [3, с. 71]. Саме тому дискурс мас медіа привертає увагу вчених різних гуманітарних наук.

Серед усіх жанрів екранної продукції, що пропонуються сучасним телебаченням, найбільший інтерес викликає телевізійне інтерв'ю, оскільки надає можливість глядачам не лише отримати інформацію з першоджерела, але характеризується видовищністю (аудіо канал доповнюється візуальним рядом, таким чином на сприйняття повідомлення впливають як вербальні так і невербальні засоби передачі інформації). Не останню роль у будь-якому інтерв'ю відіграє інтерв'юєр – оскільки саме він задає весь хід обміну інформацією. І ток-шоу будучи окремим типом телевізійного інтерв'ю, «концентрується навкруги особистості ведучого. Це максимально персоніфікована екранна форма. Про неї можна з достатніми підставами сказати: ток-шоу створює зірок, а зірки створюють ток-шоу» [4, с. 189].

Дискурс ток-шоу можна аналізувати через дискурсивну діяльність його учасників, а на сам перед модератора, який в процесі комунікації відображає у мовленнєвій поведінці як свій мовний досвід, так і «уособлює інтереси

аудиторії та є успішним остільки, оскільки він спроможний змоделювати когнітивну структуру аудиторії».

Окрім того, інтерв'ю ток-шоу має свої особливості у порівнянні зі звичайним інтерв'ю. Як і інтерв'ю, ток-шоу характеризується попередньою означеністю порядку комунікативних ходів, якого повинні дотримуватися інтерв'юйовані з певним інституційним статусом, тобто гості-політики. Інтерв'ю – це послідовність запитань та відповідей. Як і в інтерв'ю, так і в ток-шоу, інтерв'юйовані не можуть починати та закінчувати інтерв'ю, ця прерогатива належить інтерв'юєру, тобто модератору ток-шоу [1]. Але на відміну від інтерв'ю, де інтерв'юйовані повинні лише відповідати на запитання, поставлені інтерв'юєром, та утримуватися від запитань або від коментарів щодо висловлювань інших учасників інтерв'ю, формат ток-шоу передбачає менш жорстку послідовність зміни комунікативних ходів. Таким чином, розмова між модератором та гостем ток-шоу може бути віднесена до жанру інтерв'ю, але відбувається вона у більш невимушеній, інтимній обстановці.

Тип комунікації у ток-шоу також можна назвати невірноправним діалогом, «коли ініціатива постійно належить одному із співрозмовників» [2, с. 213], а саме модератору. Зокрема, саме модератор є відповідальним за ввічливість розмови.

Увічливість має вирішальне значення для успішного спілкування з іншими людьми, і неввічливість негативно впливає на те, як людину сприймають оточуючі. Необхідність бути ввічливим викликано змістом розмови, так як часто те, що повинно бути повідомлено неприємно для слухача. Хоча антагоністичні позиції є однією з характеристик інтерв'ю, модератор ток-шоу має в деякій мірі використовувати ввічливість, щоб пом'якшити свої запитання, щоб не сприйматися як "грубий" аудиторією.

Вибір стратегій ввічливості залежить не тільки від реальної соціальної відстані між модератором та гостем, а й від того, як мовець хоче дистанціюватися від співрозмовника під час розмови. Наявність двох

медійних рамок (політичне інтерв'ю та шоу) в англomовному дискурсі вимагає більшої роботи над збереженням обличчя та дотриманням норм ввічливості, оскільки ведучий має не тільки розмовляти з гостем, але повинен враховувати очікування аудиторії. Вибір стратегії, таким чином, залежить від того як модератор хоче бути сприйнятий аудиторією, чи неупередженим професіоналом чи доброзичливим господарем.

### **Список використаної літератури**

1. Иньиго-Мора И. Стратегия уклонения в политическом интервью: анализ телевизионных интервью Тони Блэра [Электронный ресурс] / И. Иньиго-Мора, К. Делиджорджи / – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-ukloneniya-v-politicheskom-intervyu-analiz-televizionnyh-intervyu-toni-blera>
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів: Літопис, 2010. – 538 с.
4. Телевизионная журналистика: Учебник. 4-е издание / [Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский и др.]. – М.: Изд-во МГУ, Изд-во "Высшая школа", 2002. – 304 с.