

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРВЬЮ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ИЗДАНИЯХ

Интерес к прагмалингвистическим характеристикам текста интервью вызван, прежде всего, постоянно растущим значением данного жанра на страницах газет и журналов, т.к. данный тип текста является способом представления субъективно-маркированных сведений, мнений и настроений интервьюируемого, которые предполагаются интересными для читателя в силу важности и актуальности затрагиваемых тем и вопросов.

В качестве материала для исследования послужили русскоязычные журнальные издания «Психология и Я» и «Лиза». Проанализировав 25 интервью в данных изданиях, мы определили прагмалингвистические особенности журнальных интервью, коммуникативную ситуацию интервью, особые стратегии интервьюера и респондента, а также рассмотрели способы их реализации с помощью языковых маркеров.

В результате проведенного исследования было установлено, что общие вопросы являются распространенным способом стимулирования оценочного суждения. В таких вопросах используются глаголы, которые описывают эмоциональное состояние говорящего и в то же время содержат оценочный компонент в своем значении, например, *нравится, любите, сожалеете, беспокоит*, прилагательные и причастия: *рад, счастлив, удивлен, огорчен*.

Вы любите убирать?

Вам нравится ваша работа?

Вы переживаете из-за разлуки с дочерью?

В свою очередь интервьюируемые в своих оценочных высказываниях используют наречия, которые усиливают или ослабляют оценку высказывания (интенсификаторы и деинтенсификаторы): *очень, совсем, самый, просто, абсолютно*.

Я просто обожаю путешествовать.

Очень ценю такие моменты.

Кроме того, в проанализированных интервью были случаи уклонения от ответов, размытые ответы на чётко поставленные вопросы, с целью избежать каверзных вопросов и использования информации против респондентов в дальнейшем:

Не могу дать конкретный ответ на этот вопрос.

Лучше оставить этот вопрос без ответа.

Я предпочитаю это не комментировать.

На основе проведенного исследования был сделан вывод о том, что задачи журналиста (стимулировать выражение оценки, уточнить произведенную оценку, манипулировать собеседником и внушить ему желаемую оценку) и интервьюируемого (усилить воздействующую силу своего оценочного высказывания, снизить категоричность оценки в целях оптимизации общения с собеседником) обуславливают выбор говорящими определенных языковых средств стимулирования, модификации и выражения оценки.