

**Д. С. Щур**

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРВЬЮ КАК ТИПА ТЕКСТА

Интервью впервые появилось в печатной прессе и с тех пор значительно эволюционировало, став одним из основных жанров радио и телевизионной журналистики. С развитием средств массовой информации происходят изменения в жанрах, а они адаптируются к новым условиям. Как отмечает Т. А. Киселева, мы видим “инерционный трансфер” жанров от печатной прессы к радио, телевидению и, наконец, Интернету.

В английском языке термин “interview” определяется как диалог между интервьюером и интервьюируемым, предназначенный для дальнейшей публикации или трансляции по радио, телевидению или в печатном виде. В этом определении можно выделить основные характеристики жанра интервью: структурно-коммуникативный аспект, коммуникативно-ролевой характер и параметр двойной адресации.

В настоящее время интервью становится одной из наиболее активных форм коммуникации. Это значительная и динамичная область публичной речи, которая постоянно расширяется и обогащается новыми видами и разновидностями.

Жанр интервью, возникший из разговорного диалога и развившийся на его основе, сохраняет некоторые черты разговорной речи в измененной форме: частичную спонтанность, ситуативность и, обычно, сдержанную неформальность (поскольку публичный диалог обычно имеет официальный характер). Целью интервью является стимулирование восприятия информации, содержащейся в передаче, путем обсуждения, задания острых вопросов и выражения различных точек зрения. В зависимости от целей можно выделить информационное, оперативное, портретное, интервью-расследование и беседу

Существует достаточно большое количество различных классификаций публичных интервью в зависимости от: формы публикации в СМИ (газетное, журнальное, радио- и телеинтервью); количества участников интервью (диалог, полилог); характера организации интервью (опрос, анкета, пресс-конференция); типа материала (информационный, личностный); тематики беседы (политика, происшествия и т.д.).

В зависимости от целей и задач, а также формы организации, интервью классифицируются следующим образом: интервью – факт, интервью – рассказ, интервью – свидетельство, интервью – мнение, интервью – объяснение, интервью – портрет, интервью – анкета, интервью – дискуссия, интервью – протокол, ток-шоу, пресс-конференция.

Интервью сохраняет свое значение как средство получения информации, несмотря на затраты времени и денег, несмотря на критику его надежности, так как является единственным средством получения определенного субъективного типа информации и в связи с тем, что значительная часть этой информации передается невербально.