

Дяків Х. Ю.,

доцент кафедри міжкультурної комунікації та перекладу
Львівського національного університету імені Івана Франка

УМОВИ (НЕ)УСПІШНОСТІ ВІДЕОІНТЕРВ'Ю

Анотація. У статті проаналізовано особливості комунікативних девіацій на матеріалі українського й німецького відеоінтерв'ю. Установлено основні типи девіацій – з позиції адресанта, адресата, глядача, визначено особливості відеоінтерв'ю в обох лінгвокультурах.

Ключові слова: комунікативні девіації, відеоінтерв'ю, адресант, адресат, глядач, українська мова, німецька мова.

Постановка проблеми. Жанр інтерв'ю на сьогодні є найбільш визначальною й домінуючою формою мовного вираження в жанрових параметрах стилю масової інформації [1, с. 3]. А «метою комунікації завжди є певна зміна в «багажі» співбесідника – його доповнення, розширення, відмова від зайвого, «перепакуння» тощо. Отже, ефективність комунікації пов'язана з тим, наскільки це вдається» [2, с. 110]. Реальне спілкування відбувається у взаємодії таких численних факторів, як психічні, соціальні, конситуаційні, лінгвальні, часопросторові тощо. Однак ця взаємодія не завжди успішна, що зумовлює виникнення комунікативних невдач, непорозумінь або ляпсусів. Власне вивчення комунікативних невдач у контрастивному аспекті становить актуальну й одну з мало досліджених проблем комунікативної лінгвістики, особливо на такому матеріалі засобів масової інформації, як відеоінтерв'ю.

У журналістиці інтерв'ю досліджували В. Сиченков, О. Тертичний, В. Тищенко, В. Горбачук, М. Лукіна, Д. Вовчок, М. Подолян, В. Карпенко та ін. Над різноаспектними параметрами інтерв'ю працювали М. Штельмах, Н. Гапотченко, О. Саламатіна, М. Кожина, Л. Шевченко, С. Ермоленко, С. Чермеркін, М. Черепанов, С. Потапенко, К. Серажим (з погляду лінгвістики), М. Бахтін, В. Гак, Ф. Бацевич, Л. Веккер, Т. Кочеткова, Т. ван Дейк, С. Кубрякова, Р. Якобсон, Дж. Остін, С. Селіванова (комунікативний аспект) та ін.

Явище невдач чи помилок становить предмет дослідження у філософії, логіці, психології, психотерапії, методиці викладання мови, міжкультурній комунікації, у культурі мовлення тощо. У лінгвістиці явище комунікативних девіацій досліджували О. Руда, Н. Печко, О. Калита, С. Почепинська, Ф. Бацевич, Б. Городецький, І. Кобозева, І. Сабурова, О. Єрмакова, В. Девкін, Ю. Апресян, В. Виноградов, Т. Булигіна, О. Герасименко, О. Мільченко, А. Черненко, Л. Нефедова, А. Шмельов, О. Падучева, Н. Арутюнова, Ю. Сорокін, О. Земська, О. Кукушкіна, А. Габідуліна, Н. Формановська й Л. Славова.

Мета статті – виявлення особливостей комунікативних невдач в українських і німецьких відеоінтерв'ю. Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань: визначити теоретичні засади вивчення комунікативних девіацій; установити особливості девіацій на основі емпіричного матеріалу; зіставити ці особливості в українській і німецькій мовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фактичний матеріал дослідження становлять відеоінтерв'ю з популярного відеохостингу *YouTube*, які отримали найбільше переглядів. Вибір емпіричного матеріалу зумовлений тим, що саме *YouTube*

найчастіше використовують для послуг розміщення відеоматеріалів, і він поступається за популярністю лише соціальній мережі *Facebook* і пошуковику *Google.com*.

Тому встановлено трійку найпопулярніших інтерв'ю за останні 12 місяців (2014–2015 рр.) українською та німецькою мовами: «Останнє інтерв'ю Скрябіна у Кременчуці – Громадське. Кременчук» (тривалістю 4 хв. 53 с.), «Чого прагне Донецьк. Інтерв'ю без купюр» (тривалістю 12 хв. 46 с.), «Останнє інтерв'ю Скрябіна у Кременчуці» (повна версія, тривалістю 26 хв. 33 с.); «FIFA WM 2014 – Per Mertesacker im ZDF-Interview nach dem Algerien-Spiel (30.06.2014)» (тривалістю 2 хв. 36 с.), «Selena Gomez. Interview From a Hat | Artist Challenge – iHeartRadio» (тривалістю 3 хв. 34 с.), «Bibis Beauty Palace: Youtube-Star Bianca im Interview|taff» (тривалістю 3 хв. 41 с.).

Матеріалом дослідження слугували фрагменти з «Останнього інтерв'ю Скрябіна у Кременчуці» (повна версія, тривалістю 26 хв. 33 с., 1 236 704 перегляди, III місце в рейтингу) і відеоінтерв'ю «FIFA WM 2014 – Per Mertesacker im ZDF-Interview nach dem Algerien-Spiel (30.06.2014)» (тривалістю 2 хв. 36 с., 2 138 604 переглядів, I місце в рейтингу). Для українського інтерв'ю обрано III місце, тому що це відео збігається з I місцем у рейтингу, яке є фактично монтажем повної версії інтерв'ю з Андрієм Кузьменком.

Комунікативні девіації – це недосягнення адресантом комунікативної мети; відсутність взаєморозуміння і згоди між учасниками спілкування [3, с. 214]. «Помилки – це частина лінгвістичної системи контролю, у межах якої їх і потрібно розглядати не як негативні факти функціонування, а як позитивний чинник із функцією зворотного зв'язку» [4, с. 6]. Ф. Бацевич вважає, що помилки є «одночасно важливим джерелом наших знань про мову й інструментом її дослідження» [5, с. 6]. За А. Пешковським [6], до мовленнєвих девіацій варто застосовувати два підходи: нормативний – як критерій виокремлення; об'єктивний – для власне дослідження. До згаданих дотичними є запропоновані Ф. Бацевичем підходи: апріорний (узуальний) і апостеріорний (актуальний) [7, с. 16]. Основним критерієм виокремлення девіацій вважається усвідомлюваність. Усвідомлювані девіації діляться на умисні (у площині мовної гри) та неумисні. Особливо важливою вважаємо класифікацію девіацій, пов'язану з мовною або комунікативною компетенцією мовців [5, с. 32].

У статті розглядаємо комунікативні девіації з позицій адресанта, адресата та глядача відеоінтерв'ю.

Із позиції адресанта, тобто журналіста, інтерв'ю з лідером гурту «Скрябін» Андрієм Кузьменком відбувається у формі запитань журналістів різних теле- й радіокомпаній. Через змонтованість першого за рейтингом короткотривалого відео зі Скрябіним довелося звертатися до повної версії, яка посіла третє місце за популярністю в *Youtube*. Адже в першому випадку інтерв'ю перетворилося на монолог музиканта, скомпільований із різних частин повної версії. Питання журналістів стосуються як творчості, так і ситуації в Україні. Однак почути запитання неможливо,

потрібно здогадуватись, навіть сам адресат перепитує в повній версії («А?»). Це зумовлено такими чинниками: 1) відеокамера спрямована лише на адресата, журналістів показано фрагментарно й не під час постановки запитання; 2) акустика у приміщенні погана, наявний додатковий шум через велику кількість людей у малій кімнаті, що підтверджують перепитування самого адресата; 3) незважаючи на лаконічність, журналісти ставлять запитання хаотично, один поперед одним, тому це погіршує власне сприйняття запитання. Саме ці фактори є причинами комунікативних девіацій із позиції адресанта, оскільки початок першого в рейтингу інтерв'ю – вирваний із контексту, «обірваний»:

(– Ви їздили у зону АТО?

– Прямо на передову – ні. Але я був біля Волновахи, їздив у бік Щастя і 8 числа знову туди їду. Я не люблю афішувати ці речі.

– Які ваші враження?)

– У людей попросту сідають батарейки. Вони не розуміють, що відбувається. Принаймні ті, з ким я спілкуюся – чоловік 50–60, які постійно на війні, хтось більше, хтось менше. ... Понятно, що антитерористична операція не може тривати рік, понятно, що то війна. Хоча війною її ніхто не називає... І те, що там відбувається: ті кудись стріляють, ті кудись стріляють, гинуть мирні люди, – ніхто ні у що не врубасться. ... Наша політика, напевно, має свої види на все те діло [8].

У відеоінтерв'ю із захисником німецької збірної Пером Мертезакером спостерігаємо іншу ситуацію. Адресант, тобто журналіст, ставить запитання, абсолютно витримуючи їх у цьому жанрі. Спершу він вітає футболіста з перемогою, а тоді запитує, чому ж гра проходила так важко: “*Was hat das deutsche Spiel so schwerfällig und anfällig gemacht?*” Це певною мірою неприємне запитання, але для загалу воно не викликає непорозуміння. Крізь призму журналістики такі запитання, а радше вибухова реакція на них – це справжній успіх журналіста, оскільки він влучив у десятку, зачепив адресата за живе. Незважаючи на вдавене нерозуміння адресата, журналіст ще двічі намагається отримати відповідь від футболіста, так ще більше викликаючи лютю останнього (*Aber das kann ja nicht das Niveau sein...; Ich gratuliere erst mal und wollte dann fragen, warum es in der Defensive und beim Umschaltspiel nicht so gut gelaufen ist, wie man sich das vorgestellt hat?; Glauben Sie, dass jetzt der 'Wow-Effekt' kommt wie bei der WM 2010, dass es auch spielerisch besser war?*).

Із позиції адресата найпопулярніше українське відеоінтерв'ю було вдалим в аспекті перебігу комунікації й контакту. Адресат належить до тих людей, із яких не потрібно «витагувати» слова, його відповіді радше нагадують історії. Хоча питання журналістів лаконічні, та відповіді на них розлогі, детальні. Але варто звернути увагу на власне мовлення адресата, на розмовну мову, діалектизми, жаргонізми, русизми в його мовленні, вульгаризми, пейоративну лексику, звертання до всіх журналістів на «ти». На перший погляд це – порушення норм комунікації з пресою. Однак водночас така манера спілкування є ознакою ідіостилю А. Кузьменка. Власне це і приваблювало глядачів, робило співака та музиканта доступним до людей і простим у спілкуванні («*Я рахую, що ні один з усіх президентів України, і ні один з депутатів, які там були, які просиджували штани і крали в нас бабки, ні один не зробив нічого, ні грама, щоб тої війни не було!*»; «*Вони собі живуть на інакшій планеті, і кожен новий, який приходить, доривається до тої кормушки*» тощо).

У німецькому інтерв'ю ситуація склалася абсолютно протилежно, тому що в ньому спостерігається порушення орієнтацій

адресата на процес спілкування [9, с. 147]. Після 120-хвилинної виснажливої гри, яка закінчилася перемогою німецької збірної, адресат – футболіст Пер Мертезакер – прагне чути тільки слова похвали, а не в'їдливу, хоча й увічливу критику журналіста. Тому докірливе запитання журналіста Бориса Бюхлера, чому гра давалася так важко й чому збірна не в формі, викликала у футболіста обурення та нерозуміння:

–...*Was hat das deutsche Spiel so schwerfällig und anfällig gemacht...*

– *Ist mir völlig wurscht. Wir sind unter den letzten Acht – nur das zählt.*

– *Aber das kann ja nicht das Niveau sein...*

– *Was wollen Sie jetzt von mir? Wat wolln Sie kurz nach dem Spiel? Ich kann ja nicht verstehen.*

– *Ich gratuliere erst mal und wollte dann fragen, warum es in der Defensive und beim Umschaltspiel nicht so gut gelaufen ist, wie man sich das vorgestellt hat?*

– *Glauben Sie es, unter den letzten 16 ist eine Karnevalstruppe oder was? Sie (Algerien) haben es uns richtig schwer gemacht, über 120 Minuten... und wir haben gekämpft bis zum Ende... und auch verdient gewonnen. Ich lege mich jetzt drei Tage in die Eistonne und dann schauen wir weiter.*

– *Absoluter Kraftakt, eine Energieleistung. Glauben Sie, dass jetzt der 'Wow-Effekt' kommt wie bei der WM 2010, dass es auch spielerisch besser war?*

– *Was wollen Sie? Wollen Sie eine erfolgreiche WM oder sollen wir wieder ausscheiden und haben schön gespielt? Ich verstehe die ganze Fragerei nicht. Wir sind weitergekommen, wir sind superhappy. Wir haben heute alles gegeben und bereiten uns jetzt auf Frankreich vor* [10].

Також спостерігається відсутність орієнтації на комунікативні стратегії адресанта, що спантеличує журналіста під час спілкування. Комунікативні наміри, як і очікування учасників спілкування, зовсім відмінні.

Із позиції глядача цих відеоінтерв'ю виникають такі девіації: «нарізка» фрагментів інтерв'ю Скрябіна не дає змоги прослідкувати причинно-наслідковий зв'язок у коментарях адресата, спантеличує глядача, перетворює жанр інтерв'ю на жанр своєрідної промови, монологу. Відсутність взаємної орієнтації на партнера комунікації створює комічну ситуацію для глядача німецького відеоінтерв'ю про чемпіонат із футболу.

Висновки. Що ж зробило ці відеоінтерв'ю такими популярними? Передусім важливою є їхня тема, актуальність і значущість цієї теми в цій країні (смерть А. Кузьменка, важливість чемпіонату з футболу для німців), власне національний аспект. Проте також вагому роль для зацікавленості глядачів відіграє специфіка цих інтерв'ю – яскрава й непересічна особистість адресата з неповторним ідіостилем в українському інтерв'ю та наявність певної незграбності й роздратованості адресата, непорозуміння, навіть конфлікту в німецькому інтерв'ю. Такі зразки живої комунікації не є відредагованими й вичитаними, а тому мовні, мовленнєві та комунікативні девіації в них є частим і природним явищем. Спілкування осіб із різним рівнем як мовної, так і комунікативної компетенції – це головні причини девіацій у пропонуваніх відеоінтерв'ю. Парадокс, але власне невдачі спричинилися до успішності відеоінтерв'ю.

Комунікативні девіації мають перспективи дослідження у сферах мистецтва контакту та маніпулятивних технологій впливу, суб'єктивного сприйняття, комунікативного менеджменту, а також у різноаспектних засобах масової інформації, як і у різних лінгвокультурах і соціальних групах.

Література:

1. Штельмах М.Л. Інтерв'ю в системі жанрів сучасної україномовної комунікації : автореф. дис. ... канд. філол. наук. : спец. 10.02.01 «Українська мова» / М.Л. Штельмах ; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – 17 с.
2. Крижанская Ю.С. Грамматика общения / Ю.С. Крижанская, В.П. Третьяков. – М. : Смысл, 1999. – 365 с.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
4. Nöth W. Errors as a Discovery Procedure in Linguistics / W. Nöth. – IRAL, 1979. – V. 17. – P. 61–76.
5. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної девіатології : [монографія] / Ф.С. Бацевич. – Львів : Львівський національний університет ім. Івана Франка, 2000. – 236 с.
6. Пешковский А.М. Объективная и нормативная точка зрения на язык. Избранные труды / А.М. Пешковский. – М., 1959. – С. 50–62.
7. Бацевич Ф.С. Коммуникативные девиации и условия успешности речевого жанра / Ф.С. Бацевич // Общие проблемы теории речевых жанров. – 2014. – № 1 (9). – С. 16.
8. Останнє інтерв'ю Скрыбіна у Кременчуці (повна версія) // Громадське. Кременчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=26X3VIGjvk>.
9. Бацевич Ф.С. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи / Ф.С. Бацевич. – Львів : ПАІС, 2005. – 264 с.
10. FIFA WM 2014 – Per Mertesacker im ZDF-Interview nach dem Algerien-Spiel (30.06.2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=imOcy4w30lg>.

Дяків Х. Ю. Умовля (не)успешности видеоинтервью

Аннотация. В статье проанализированы особенности коммуникативных девиаций на материале украинского и немецкого видеоинтервью. Установлены основные типы девиаций – с позиции адресанта, адресата, зрителя, определены особенности видеоинтервью в обеих лингвокультурах.

Ключевые слова: коммуникативные девиации, видеоинтервью, адресант, адресат, зритель, украинский язык, немецкий язык.

Dyakiv Kh. Conditions for (un)successful video interviews

Summary. The article analyzes the peculiarities of communicative deviations based on the Ukrainian and German video interviews. The main types of deviations are determined from the position of interviewer, addressee and viewer, characteristics of video interviews in both lingvocultures are defined.

Key words: communicative deviation, video interviews, interviewer, addressee, viewer, Ukrainian, German.