

УДК 811.111'42:303.62:004.77

СОЦІАЛЬНІ РОЛІ ІНТЕРВ'ЮЕРА ТА РЕЦІПІЄНТА В АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ІНТЕРВ'Ю

Томащук Ю. О.

У дослідженні було розглянуто поняття соціальної ролі, що є притаманною для кожного з учасників англomовного Інтернет-інтерв'ю і формується на основі професійних, психологічних, ситуативних ролей комунікантів та відповідає очікуванням аудиторії. Вказано способи встановлення соціальної ролі реципієнта інтерв'юером у ході Інтернет-інтерв'ю. Представлено комунікативні ситуації, у яких інтерв'юеру і реципієнту надаються симетричні й асиметричні комунікативні ролі.

Ключові слова: соціальна роль, соціальні функції, Інтернет-інтерв'ю, комуніканти, симетрична комунікативна роль, асиметрична комунікативна роль.

В исследовании было рассмотрено понятие социальной роли, которое является свойственным для каждого из участников англоязычного Интернет-интервью и формируется на основе профессиональных, психологических, ситуативных ролей коммуникантов и отвечает ожиданиям аудитории. Указано способы утверждения социальной роли реципиента интервьюером в ходе Интернет-интервью. Представлены коммуникативные ситуации, в каких интервьюеру и реципиенту предоставляют симметрические и асимметрические роли.

Ключевые слова: социальная роль, социальные функции, Интернет-интервью, коммуниканты, симметрическая коммуникативная роль, асимметрическая коммуникативная роль.

In research it was examined the notion of a social role that is typical to every participant of the English Internet interviews and is formed on the basis of professional, psychological, situational roles of communicants and meets expectations of audience. The ways of establishment of social role of a recipient by an interviewer during the Internet interview was indicated. Communicative situations in which an interviewer and a recipient are given symmetrical and unsymmetrical communicative roles were presented.

Key words: social role, social functions, Internet interview, communicants, symmetrical and unsymmetrical communicative roles.

На сьогоднішній день інтерв'ю є одним із основних та найпоширеніших методів одержання інформації у сфері журналістики. Отже, інтерв'ю – це жанр публіцистики, вербальне спілкування журналіста з однією чи кількома особами з метою отримання інформації та задоволення інформаційних потреб суспільства [2, с. 17].

У соціології інтерв'ю називають методом збору соціологічної інформації, що ґрунтується на вербальній соціально-психологічній взаємодії між інтерв'юером і респондентом з метою одержання даних, які цікавлять дослідника [3, с. 512]. Цей вид збору інформації вважають найбільш точним і об'єктивним, що й зумовлює його популярність.

Зростаюча роль інформаційних технологій вплинула та кардинально змінила спосіб спілкування, а застосування комп'ютерів не лише полегшило спілкування, а й зробило його ефективнішим. Із розвитком комп'ютерних технологій з'явився новий тип інтерв'ю – Інтернет-інтерв'ю.

Характерним для Інтернет-інтерв'ю є те, що воно відбувається за посередництвом сучасних засобів комунікації; може проводитися із учасниками, що знаходяться у різних регіонах і країнах; використовується для контактування із цільовою аудиторією, коли вона є невідомою; для спілкування із цільовою аудиторією використовуються он-лайн "центри", які є легкодоступними широкому загалу (наприклад, інтернет-чати й інтернет-форуми) [7, с. 143–144].

Не зважаючи на низку відмінностей соціологічного та Інтернет-інтерв'ю, у них також є багато спільних рис. Так само як і у ході соціологічного інтерв'ю, під час Інтернет-інтерв'ю респондент дає відповіді на запитання інтерв'юера, який своїми репліками спрямовує бесіду в потрібне для нього русло. Отож, головним носієм інформації є респондент, а стратегом, від якого залежить якість, повнота і рівень інформативності матеріалу – інтерв'юер.

Основними завданнями даної статті є розглянути поняття соціальної ролі, що є притаманною для кожного з учасників Інтернет-інтерв'ю, визначити способи встановлення соціальної ролі реципієнта інтерв'юером, надати перелік комунікативних ситуацій, у яких інтерв'юеру і реципієнту надаються симетричні й асиметричні комунікативні ролі.

Матеріалом нашого дослідження виступають фрагменти Інтернет-інтерв'ю, отримані методом загальної вибірки з Інтернет-інтерв'ю, розміщених в англомовних он-лайн журналах для дівчат "gUrl" [8], "Seventeen" [9], "Teen Vogue" [11].

Для кожного з учасників Інтернет-інтерв'ю притаманною є певна соціальна роль, що формує відповідний тип рольової поведінки і відповідає задачам ролі та очікуванням аудиторії. Соціальна роль, за словами Гольдіна В. Е., це – модель людської поведінки, що є об'єктивно заданою соціальною позицією особистості в системі соціальних чи особистісних відносин. Визначення соціальної ролі напряму пов'язане із соціальним статусом індивіда, функцією, що він виконує в системі соціальних відносин та очікуваннями аудиторії/оточуючих. Соціальна роль формується на основі виконуваних індивідом професійних, психологічних та ситуативних ролей [1, с. 76–77].

Соціальні ролі інтерв'юера та реципієнта задаються у першій фазі інтерв'ю, фазі контактовстановлення. У даній фазі відбуваються привітання співрозмовників Інтернет-інтерв'ю, представлення реципієнта глядачам. На даному етапі Інтернет-інтерв'ю відбувається встановлення соціальних ролей комунікантів, налаштування їх емоційних хвиль, налагодження психологічного контакту.

Соціальні ролі інтерв'юера і реципієнта в ході Інтернет-інтерв'ю є практично рівними, проте залежать від конкретних комунікантів. Можливе нерівноправ'я учасників Інтернет-інтерв'ю, що виникає у зв'язку із високим соціальним статусом реципієнта, воно може бути компенсоване роллю "господаря" студії, яку виконує інтерв'юер. У такому випадку головною метою інтерв'юера є правильним чином обрати тему розмови та утримувати ініціативу у власних руках.

Найчастіше інтерв'юер пропонує реципієнту прийняти ту чи іншу соціальну роль, а він, в свою чергу, має право відмовитися чи прийняти її. Зазвичай, реципієнт обирає найвигіднішу для себе роль.

Соціальна роль може бути заданою інтерв'юером двома способами [4, с. 57–59]:

1. Шляхом прямого опису соціальних функцій реципієнта Інтернет-інтерв'ю:

Andrew Bevan (Teen Vogue's Style Blogger and Style Features Director): We're at the Soho Grand Hotel Downtown Manhattan. We're having breakfast with fashion icon and my dear friend Alexa Chung. She has a huge book coming at October, 29. It's called "IT". So, we're gonna find what exactly "IT" is. And what it's all about [12].

У випадку, якщо реципієнт погоджується із характеристикою, що була присвоєна йому інтерв'юером, він зазвичай не коментує її; у випадку, якщо він не погоджується із характеристикою, то він признає носієм цієї функції чи характеристики іншого суб'єкта;

2. Шляхом надання біографічної довідки, що подається інтерв'юером в його першій чи початковій фазі. Біографічна довідка включає інформацію про реципієнта як вік, сімейний стан, освіта, вид діяльності чи професія, особисті якості. Можливим є також представлення інформації про певний вчинок реципієнта і його мотиви, якщо дана інформація є релевантною для подальшого ведення розмови між комунікантами Інтернет-інтерв'ю:

Andrew Bevan (Teen Vogue's Style Blogger and Style Features Director): We're at Humphrey's at The Eventi Hotel in Midtown Manhattan. And I'm going to

meet up with Jack and Rachel Antonoff, brother and sister duo extravaganza. Jack is the guitarist in the band Fun. Rachel is a great woman and fashion designer. It's never a dull moment. They're also roommates. They really love each other. Let's just put it that way. I'm excited to catch up with them [13].

Важливу роль також відіграє звертання, що грає важливу роль у контакто-встановленні та налагодженні офіційних чи неофіційних відносин між комунікантами. За допомогою звертання інтерв'юер налагоджує і підтримує мовленнєвий контакт із реципієнтом Інтернет–інтерв'ю, врегульовує уявлення щодо ситуації спілкування в цілому та рольових позицій комунікантів, їх взаємовідносин, міжособистісних та соціальних [5].

Оскільки у англійській мові нетиповим є звертання по імені та по батькові, а також на “Ви”, тому при встановленні офіційних відносин типовим є звертання *Mister/Misses/Miss/Doctor/Professor*. Така форма звертання зазвичай зберігається протягом усієї розмови, якщо співрозмовником є офіційна особа чи старша особа. Проте, офіційне звертання є нетиповим для спілкування в рамках Інтернет–інтерв'ю.

Звертання до співрозмовника може змінюватися за ініціативою інтерв'юера, що бажає перейти від суто офіційного спілкування до більш дружнього, неофіційного.

Окрім своєї першочергової функції звертання виконує також функцію привернення уваги аудиторії. Звертаючись до реципієнта в черговий раз, інтерв'юер робить акцент на те, що зараз відбудеться перехід до нової теми бесіди:

Amanda (Seventeen Magazine Beauty Assistant): And “Giorgian” just launched this new product to get reformulated for this season. It doesn't have this nasty self-tanner smell any more. Which is definitely awesome... So, Alexis, there's one more question. Britney May wants to know what is the best drugstore waterproof/sweatproof product? [10].

Сутність асиметрії, що є ключовою ознакою комунікації, що відбувається в межах інтерв'ю, полягає в тому, що інтерв'юер, відповідно до своєї соціальної ролі, отримує право розпочинати, завершувати інтерв'ю, вводити і продовжувати теми, ставити реципієнту ті чи інші запитання. В свою чергу реципієнт повинен представляти свою думку стосовно заданого запитання та приймати коментарі й відгуки інтерв'юера стосовно почутого. Зміна теми розмови може відбутися лише за згодою на це інтерв'юера [6].

Іноколи інтерв'юер робить спробу змінити соціальну роль реципієнта, оскільки має на меті запропонувати йому обговорення нової теми, що не входить до фреймової структури поточного типу Інтернет–інтерв'ю.

Реципієнт чітко усвідомлює та зберігає за собою соціальну роль, що була надана йому інтерв'юером, і зазвичай виступає проти того, щоб його соціальна роль будь–яким чином була змінена протягом бесіди.

Інтерв'юер може також навмисне застосовувати тактику “гри на пониження” соціальної ролі реципієнта. Для втілення даної тактики застосовується прийом обманутого очікування. Відразу за компліментом інтерв'юера слідує його коментар, що значною мірою змінює смисл компліменту.

У більшості випадків в Інтернет–інтерв'ю соціальні ролі комунікантів є симетричними (рівноправними). Проте, рідко трапляється таке, що реципієнту одразу на початку бесіди пропонують несиметричну роль і він погоджується із нею.

Порушення симетрії комунікативних ролей в сторону інтерв'юера може стати причиною виникнення конфліктного дискурсу. Прояв толерантності може бути конструктивним вирішенням конфліктної ситуації. У результаті вирішення цих задач стає можливою розробка і втілення в життя моделей толерантної комунікативної взаємодії учасників Інтернет–інтерв'ю [6].

Точне представлення та визначення соціальних ролей комунікантів Інтернет–інтерв'ю дозволяє глядачам правильно оцінити кожного із учасників бесіди.

Висновки. Для кожного з учасників Інтернет–інтерв'ю притаманною є певна соціальна роль, що формується на основі виконуваних індивідом професійних, психологічних, ситуативних ролей та відповідає очікуванням аудиторії. Соціальна роль може бути заданою інтерв'юером шляхом прямого опису

соціальних функцій реципієнта Інтернет-інтерв'ю або шляхом надання біографічної довідки, що подається інтерв'юером в його першій чи початковій фазі. За допомогою звертання інтерв'юер налагоджує і підтримує мовленнєвий контакт із реципієнтом Інтернет-інтерв'ю, врегульовує уявлення щодо ситуації спілкування в цілому та рольових позицій комунікантів, їх взаємовідносин, міжособистісних та соціальних. Звертання виконує також функцію привернення уваги аудиторії. Сутність асиметрії, що є ключовою ознакою комунікації, що відбувається в межах інтерв'ю, полягає в тому, що інтерв'юер, відповідно до своєї соціальної ролі, отримує право розпочинати, завершувати інтерв'ю, вводити і продовжувати теми, ставити реципієнту ті чи інші запитання. Реципієнт чітко усвідомлює та зберігає за собою соціальну роль, що була надана йому інтерв'юером, і зазвичай виступає проти того, щоб його соціальна роль будь-яким чином була змінена протягом бесіди. Порушення симетрії комунікативних ролей в сторону інтерв'юера може стати причиною виникнення конфліктного дискурсу. Прояв толерантності може бути конструктивним вирішенням конфліктної ситуації.

Література

1. Гольдин В. Е. Русский язык и культура речи : учебник для студентов–нефилологов / под ред. О. Б. Сиротининой // В. Е. Гольдин, О. Б. Сиротинина, М. А. Ягубова. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – 212 с.
2. Лукина М. М. Технология интервью : учеб. пособ. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 191 с.
3. Соціологія : підручник / під ред. В. Г. Городяненка. – Київ: Видавничий центр "Академія", 2006. – 544 с.
4. Сусов И. Л. Говорящая личность в лингвосоциальном и лингвопрагматическом пространствах / И. П. Сусов // Социальная стратификация языка : материалы межвуз. конф. Пятигорск. гос. пед. ин-та иностр. яз. – Пятигорск, 1989.
5. Формановская Н. И. Коммуникативно–прагматические аспекты единиц общения. – М.: Изд-во ИКАР, 1998. – 290 с.
6. Юрина М. В. Коммуникативные стратегии партнеров в политическом интервью (на материале современной прессы ФРГ): дисс. ... канд. филол. наук. – Самара, 2006. – 187 с.
7. Gillham B. Research interviewing : a practical guide / B. Gillham. – Maidenhead [u.a.] : Open Univ. Press, 2005. – 173 p.
8. gUrl.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gurl.com>.
9. Seventeen Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.seventeen.com>.
10. Seventeen Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=orxsK_H25y0.
11. Teen Vogue Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.teenvogue.com>.
12. Teen Vogue Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ELGyzO3u3vo>.
13. Teen Vogue Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=5XV13yvZHwE&feature=c4-overview-vl&list=PLXQ-B69QR-5OQt3Fb2vcxht_U3ldfcTPD.