

Сайпидинова Н.Э.

К. Тыныстанов ат. БИМУ

ИНТЕРВЬЮНУН ФУНКЦИЯСЫ ЖАНА ЖАНРДЫК ӨЗГӨЧӨЛҮГҮ

Учурда публицистиканын дүркүрөп өсүп турган убагы. Ар кандай багыттагы көптөгөн эмгектер пайда болуп, өз окурмандарын таап, көңүл сыртында калганы жок.

Публицистикалык жанрлардын бири болуп интервью эсептелери баарыбызга белгилүү. Интервью жанрлардын бардыгында активдүү кездешүүсү менен, окурмандардын көп бөлүгүнө кызыктуулугу, окумдуулугу жана кабыл алууга жеңил болгондугу менен, чынчылдыгы менен башка жанрлардан айырмаланып көпчүлүктүн көңүлүн буруп келет.

Интервью жанры өзүнүн өнүгүшүндө публицистиканын башка багыттары сыяктуу эле типологиясына, стилистикасына функциялык мүнөзүнө жана барыдан мурун социалдык контексттин маанилүү деңгээлине жараша көптөгөн өзгөрүүлөргө дуушар болду.

Жанрдын өзгөрүшүнө көптөгөн себептер таасир этти. «Интервью» деген терминдин мааниси өлкөдөгү саясий абалдан жана лингвистикалык, экстралингвистикалык факторлордон улам жанрдын өзүнүн өнүгүшүнө байланыштуу өзгөрдү.

Бирок белгилей кетүү керек, жанрдын өзүнүн аныктамасы аңгемелешүү катары сакталып, коомдук кызыкчылыкты пайда кылган, актуалдуу делген, учурдагы өтө маанилүү талкуудагы маселеге болгон пикир, маалымат алуунун куралы катары колдонулууда. Спецификалык чек катары теле көрсөтүү, радиоуктуруу жана интернет сыяктуу массалык маалымат каражаттарынан айырмаланып басылмада окурмандар менен түз байланыштын жоктугу эсептелет. Буга басылмада коммуникативдүү функцияны интервью жанры публицистиканын маанилүү методу жана жанры катары аткарууда.

Биз жашап жаткан дүйнөдө бардык нерсе алмашылып, пайда болуп жана өнүгүп турат. Россиялык пресса өзүнүн көп кырдуулугу менен айырмаланат. Аларга таанып билүүчүлүк, көңүл ачуучулук, аялдар газеталары жана журналдары, азыркы күндө колдонулуп, сапаттуу пресса делген жана адистештирилген басылмаларды мисал кылууга болот.

Басманы бириктирип турган нерсе болуп алардын тематикасы эсептелет. Алардын стилинин ар башкалыгы басылмалардын модели түзөт.

«Газетанын модели» түшүнүгү илимий адабиятта бир жагынан басылмалардын графикалык жасалгаланыш болсо, экинчи жагынан газетанын тилдик өзгөчөлүктөрү менен байланыштуу. Мисалы: В.В.Попов жана С.М.Гуревич өздөрүнүн «Производство и оформление газеты» деген эмгегинде [1], газетанын композициялык-графикалык схемалык конструкциясын, башкача айтканда, анын негизги тематикасын, структурасын, материалдардын ички уюштурулушун жана басылманын бардык мазмундук компоненттерин графикалык көркөмдөө ыкмаларын белгилешет. Э.А.Лазарева «Системно-стилистические характеристики газеты» деген монографиясында лингвистикалык моделге көңүл бурат. Анда «газетанын экспрессивдик стилистикалык модели» деген терминди колдонот [2]. Аларды дифференциялык үч: жанрдык, структуралык жана экспрессивдүүлүк белгилердин тобун аныктайт. Газетанын жанрдык моделине, жанрдык формалар жана жанр түзүүчү белгилердин аспектисинде тексттердин өзгөчөлүгү кирет.

Газеталардын структуралык моделине тилкелердин түзүлүш мүнөзү, тексттердин иргелиши кирет.

Экспрессивдик модель бул экспрессивдик каражаттарды тексттерде жана аталыштарда колдонуу анализи болуп эсептелет.

«Жанр» деген термин илимий адабиятта бир типтүү талкууга ээ эмес. Мисалга алсак, В.Н.Вакуров, Н.Н.Кохтев жана Г.Я.Солганик: «Жанр - это относительно устойчивая речевая (композиционно-синтаксическая) схема, реализующая определенное абстрагированное отношение к действительности, то есть форма образа автора, определяющая способ отражения, характер отношения действительности, степень и глубину охвата материала (масштаб выводов) создаваемая относительно устойчивым соединением компонентов авторской речи, а также элементов авторской и чужой речи» - деп белгилеген [3].

Акырындык менен жанрдын түрлөрүнүн кеңейиши коомдун бекемделишине, социалдык мүнөздүн өзгөрүшүнө байланыштуу болгон. Интервью жанрынын трансформациясы жанр түзүүчү белгилерден көрүнөт, мисалы автордук башталыштын жекелигинен, билдирүүнүн максатынан, предметтик мазмундан, көркөмдөө каражаттарынын стандарттуулугунан жана көлөмүнөн.

Публицистиканын жанрларынын маанилүү белгиси катары - автордук жекеликтин башталышы эсептелет. Интервьюда автор текстти гана уюштуруучу эмес, маалыматты берүүчү. Демек бул жанрдын стилистикасын талдоодо кошумча кыйынчылыкты пайда кылат.

Кыйынчылык автордук образ жана автордук «мен» деген түшүнүктүн айырмалуулугун көрсөтөт. Автордук образдын проблемасы адабий чыгармаларда семантикалык-стилистикалык борбор катары 1930-жылы В.В.Виноградов аркылуу биринчи жолу иштелип чыккан. Айрым окумуштууларда «автор», «автордун образы» жана «автордук мен» деген аралаш түшүнүктөр бар.

Гезиттик-публицистикалык стилде автордун жана аңгемечинин дал келүүсү мүнөздүү. Бул публицистикалык речтин анын «ачыктыгы», документалдуулугун, эмоционалдуулугун, негизги айырмачылыгын түзөт. Журналист публицистикада-чыгарма жаратуучу жана анын автордук «мени» толук дал келет, автордун образы композициялык кептин категория катары сакталат, бирок башка мазмун менен толукталат. Публицистикадагы автордун образы - журналисттин автордук «мени» чындыкка болгон мамиленин мүнөзү. В.И.Коньковдун көзкарашы боюнча, биринчиден, автордун образы-поэтиканын категориясы. Экинчиден, автордук «мен» лингвистикалык категория. Үчүнчүдөн, автор реалдуу инсан-экстралингвистикалык категория, автор реалдуу инсан катары газетадагы аналитикалык тексттин астында турат [4].

Тексттин автору-экстралингвистикалык категория, ал эми автордун образы жана автордук «мен»- тексттик категория болсо, анда автор менен анын образы же анын тексттик «менинин» дал келүүсү жөнүндө сөз да болушу мүмкүн эмес. Бирок окумуштуулар автордук позиция аталбаса да автордук стилде, речтин манерасында анын кептик абалында, интервьюда кезигүүсүндө макул болушат.

Кептик абалында же «кептик партия» бир нече анык факторлор- тема, аңгемелешүүнүн жекелиги, тилдик компетенция, сүйлөөчүнүн тилдик жүзү менен байланыштуу. Е.И.Голанов интервьючунун эки негизги кептик абалын бөлөт: 1) интервьючу сылык, тыкан, публикалык сүйлөшүүнүн нормаларын кармайт, суроолору күн мурунтан түзүлгөн; 2) интервьючу-журналисттердин «жаңы толкунунун» өкүлү, өзүнүн тилдик маскасына ээ болгон, тилдик каражаттарды эркин тандаган, интервью эркин аңгемелешүү менен өтүп суроолорго анчалык деле мурдатан даярданбаган [5].

Бул кептик абалдар публицистиканын акыркы 20-30-жылдарына мүнөздүү. Акыркы жылдарда интервьючу коммуникациянын активдүү катышуучусу болуп калды.

Интервью-интернационалдык сөз, ал ар кайсы тилдерде айтылат жана бир түшүнүктү берет. Интервью басылмалар, радиоуктуруу жана телеберүү үчүн кандайдыр бир Адам менен аңгемелешүүнү берүү (интервью берүү, интервью алуу). Интервью адамдар менен бетме-бет кездешүү, кандайдыр бир теманы талкуулоо, суроолорду берүү, ой пикирлер менен бөлүшүү жана башка.

Интервью - англис сөзү (inter-view) аңгемелешүү дегенди билдирет. Публицистиканын жанры. Интервью эки мааниге ээ: сурап билүү жана аңгемелешүү. Окуя эки кишинин маеги аркылуу чагылдырылат. Кандайдыр бир фактыны журналист жана экинчи тараптагы адам аркылуу ачып берет. Интервью маалымат гана бербестен коомчулукту да ынандырат, коомдук пикирди түзөт.

Интервью газетадагы, коомдогу маанилүү окуяны, зарыл башталышты, кандайдыр бир фактыны, демилге башталышты маектешүү аркылуу аудиториянын назарына коет. Социалдык турмуштун, саясий, маданий экономикалык маселелер боюнча коомдук пикирди чагылдыруу. Бул белгиленген иштер тарбия берүү максатын көздөйт. Ошондой эле бул жанр адамдын ички ой өрүшүнүн деңгээлин талантын берет.

Маалыматтык факт, окуя, белгиленген пландар тууралуу билдирүүдө талкуулоого, түшүндүрүүгө туура келет. Бул көрүнүштө интервью жанры ишендирүүнүн, ынандыруунун эффективдүү формасы болуп калат.

Кадырбарктуу адамдын баа жана комментарий берүүсү газета үчүн ишенимдүүлүктүн чоң күчү.

Ошентип, интервью жанры журналисттин жана адамдын (топтун, жеке адамдын) аңгемелешүүдө чыгармачыл эмгектенүү формасын пайда кылат.

Интервью жанрында журналист активдүү өнөк. Репортердон алып барууну, аңгеменин багытын туралоону, ой пикирди даана көрсөтүүнү талап кылат. Ал аңгемелешүүнүн темасын жана мүнөзүн ачып берет. Андан атайын козголгон суроого тереңдеп кирип жоопторун алуу үчүн жогорку деңгээлдеги билгичтик талап кылынат. Аңгемелешүүнүн жүрүшүндө маанилүү окуя биринчи ачылып, экинчи орунга орчундуусу калат. Айрым учурда интервью берген адам темадан четтеп, бир маселеге кеңири токтолуп ал эми кайсы бир маанилүү маселени үстүртөн айтып калганы кездешет. Бул учурда журналистке тапшырма – газетага аңгемелешүүдөгү керектүүсүн, окурмандарга кызыктуусун жана коомго маанилүүсүн гана алуу керек. Окуянын жүрүшүндө журналист өз пикирин да билдирип жана фактыларга таянуусу зарыл.

Интервью жанрынын спецификасы катары факт, окуя анын коомдук мааниси аңгемелешүүчүнүн ой пикири аркылуу билдирилип, ошол маалымат тууралуу билген компотенттүүлүгү көрүнөт.

Бул аныктамаларды салыштырып, интервью ыкма (маалымат алуу процессиндеги аңгемелешүү) жана жанр деп токтолушкан. Батыштын окумуштуулары үчүн интервью маалымат алуу методу деген көбүрөөк мүнөздүү. Россияда интервьюнун методун негизинен журналист практиктер М.И.Шостак жана М.Н.Ким изилдөө иштери менен алектенишкен.

Интервью жанры салттуу түрдө публицистиканын информациялык тобуна кирет. Бирок кыргыз басылмаларында автордук баштоонун күчтүүлүгү, материалда көркөм сөздү колдонуу айырмаланат. Мындай көрүнүш орус басмаларында да кездешет.

Коммуникациялык негизги тапшырма интервьюнун прагматикалык максаты- журналисттин тигил же бул окуянын катышуучусунан (катышуучуларынан) маанилүү, пайдалуу, кызыктуу маалыматты кызыга сурап билүү менен кеңири публикага массмедиа

аркылуу жеткирүү. Интервьюнун дагы бир максаты катары окурмандарды аңгемелешүүнүн тексти менен тааныштырып анын ой мүдөөсүн ойготууга болот.

Адабияттар

1. Попов Д.Б., Гуревич С.М. Производство и оформление газеты. - М., 1977.
2. Лазарева Э.А. Системно-стилистические характеристики газеты. -Екатеринбург, 1993.
3. Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров.- М.,1998.
4. Коньков В.И. Речевая структура газетного текста. - М., 1997.
5. Голанов Е.И. О современном публичном диалоге / Поэтика, стилистика. Язык и культура/- М., 1996.