

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. В.П. АСТАФЬЕВА»  
(КГПУ им В.П. Астафьева)

Филологический факультет  
Кафедра современного русского языка и методики

Савченко Анастасия Петровна  
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
РЕЧЕВОЙ ЖАНР ИНТЕРВЬЮ В РОССИЙСКОМ ПОДКАСТЕ  
(на примере подкаста А. Соломиной «Рашен лэнгвич»)

Направление подготовки: 44.03.05 Педагогическое образование  
(с двумя профилями подготовки)  
Направленность (профиль) образовательной программы:  
Русский язык и литература

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой докт. филол. наук  
доцент Осетрова Е.В.

16 мая 2025 г. \_\_\_\_\_  
(дата, подпись)

Руководитель докт. филол. наук  
доцент Осетрова Е.В.

Дата защиты \_  
Обучающийся Савченко А.П.

20 мая 2025 г. \_\_\_\_\_  
(дата, подпись)

Оценка \_\_\_\_\_

Красноярск  
2025

## Содержание

Введение.....	3
<b>Глава 1. Интервью в системе речевых жанров и современных медиа....</b>	<b>6</b>
1.1. Концепции речужанровой лингвистики .....	6
1.2. Определение и характеристика речевого жанра интервью.....	10
1.3. Классификации речевого жанра интервью .....	14
1.4. Особенности интервью в «новых медиа» .....	17
<b>Глава 2. Коммуникативная организация подкаста «Рашен лэнгвич»...21</b>	<b>21</b>
2.1. Общее устройство речевого общения в подкасте .....	21
2.2. Интервью в подкасте как речевой жанр .....	23
2.3. Субжанры как составляющие интервью .....	32
2.4. Реализация речевых ходов в интервью .....	40
<b>Глава 3. Методическая разработка урока «Жанр интервью» .....</b>	<b>44</b>
3.1. Поясняющий комментарий.....	44
3.2. Содержание и ход урока .....	45
<b>Заключение .....</b>	<b>50</b>
<b>Список использованных источников .....</b>	<b>52</b>
<b>Приложение. Фрагмент интервью из подкаста «Рашен лэнгвич» .....</b>	<b>56</b>

## Введение

Жанр интервью является одним из самых известных, классических и популярных жанров журналистики. Этот жанр представляет частный диалог интервьюера с лицом, которое обладает интересной и/или значимой информацией, с открытым доступом к ней массового адресата. Преимуществом интервью становится получение заинтересованной социальной группой или обществом в целом информации «из первых рук» – от человека как деятеля, как участника определенных ситуаций и событий; именно поэтому интервью ассоциируют с характеристиками достоверности и доверия со стороны публики.

Этот тип публичного диалога используют практически во всех медиа – средствах массовой информации: на телевидении, радио, в газетах и журналах, – а кроме того, в рекламе, в предвыборных кампаниях и др. В последние десятилетия жанр утвердился и в так называемых новых медиа – социальных сетях, мессенджерах, пабликах и блогах, способствуя их популярности и привлекая подписчиков.

Одним из таких новых медиа стал подкаст, который называют «радио по заказу». Подкаст, по сути, представляет из себя информационный канал, наполняемый время от времени выпусками некоторого материала. Каждый выпуск – это записанный в студии диалог ведущего с экспертом или гостем на заданную тему, для фиксации которого чаще всего используется аудиозапись, выкладываемая затем в общий доступ на различные интернет-платформы. С точки зрения автора выпускной квалификационной работы, важно и интересно рассмотреть, как интервью применяется в новом формате, что в нем остается неизменным, а что изменяется.

С учетом сказанного выше **актуальность** предпринятого исследования определяется, с одной стороны, значимостью интервью как жанра публичной

коммуникации, а с другой стороны, необходимостью исследования **новых** форм его существования.

**Объектом** данного исследования является жанр интервью, **предметом** исследования – одна из новых медийных форм интервью – интервью в подкасте (или подкаст-интервью). **Материалом** для исследования послужили выпуски подкаста Алисы Соломиной «Рашен лэнгвич»: на сегодняшний день он включает 2 сезона, 16 выпусков общим объемом 16 часов записи, выкладывается на платформы Apple Podcasts, Telegram – плеер, Яндекс Музыка, Spotify, Overcast, Pocket Casts, Deezer, Podcast Addict, Soudstream, VK, RSS и имеет 5100 подписчиков, число которых растет. Первый выпуск был выпущен 16 февраля 2023 г., последний – 30 апреля 2024 г. Подкаст посвящен теме изучения иностранных языков. Гостями выпусков являются люди из разных стран, которые делятся советами по освоению иностранного языка.

**Цель дипломной** работы состоит в том, чтобы выявить жанровую организацию интервью в подкасте «Рашен лэнгвич» и описать его содержание.

Для реализации цели поставлены следующие **задачи**:

1. Представить интервью как речевой жанр, который используется в современных СМИ в контексте общей системы речевых жанров.
2. Проанализировать интервью как основной речевой жанр, который организует коммуникацию подкаста «Рашен лэнгвич».
3. Определить речевые ходы, используемые ведущим названного подкаста.
4. Выявить особенности содержания выпусков подкаста «Рашен лэнгвич».
5. Разработать упражнения, ориентированные на предметную область русского языка для средней общеобразовательной школы с использованием содержания выпусков исследуемого подкаста.

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что методическая разработка, созданная по материалам подкаста «Рашен лэнгвич», может быть использована на уроках русского языка и культуры речи в средней общеобразовательной школе, способствуя развитию интереса школьников к более

глубокому пониманию языка, его содержательной, социальной и культурной ценности.

В качестве **методологической основы** исследования использована теория речевых жанров, с учетом работ авторов, которые анализируют процессы, происходящие в современных медиа. В связи с этим основными **методами**, использованными в работе, являются метод жанрового анализа, описательный метод, методы анализа и синтеза, применяемые в процессе текстового и языкового анализа материала. Отметим также то, что для текстовой расшифровки аудиозаписей использована программа ChatGPT – с последующей сверкой и корректурой текста.

**Структура работы** включает введение, три главы, заключение, а также список литературы и два приложения.

## Глава 1

### Интервью в системе речевых жанров и современных медиа

#### 1.1. Концепции речежанровой лингвистики

В конце XX – в начале XXI веков российские лингвисты начинают уделять особое внимание изучению речевых жанров, письменных и устных. С одной стороны, такое внимание обусловлено развитием теории речевых актов британским философом языка Д. Остином, с другой стороны – начинает развиваться отечественная лингвистическая концепция, изложенная и осмысленная М.М. Бахтиным в научном труде «Проблемы речевых жанров» [Кремшокалова 2012: 90].

М.М. Бахтин определяет речевой жанр как «типическую форму высказывания». Каждое высказывание как единица речевого жанра соответствует типической ситуации речевого общения и имеет «типическую концепцию адресата» [Бахтин 1986].

Исследователь разделяет первичные (простые) и вторичные (сложные) речевые жанры. К вторичным речевым жанрам относятся романы, научные исследования, публицистика и т.п., то есть литературно-художественные жанры, которые рождаются благодаря организации культурного взаимодействия между людьми. По отношению к сложным первичными являются жанры простые, которые складываются в результате непосредственного речевого общения; имеются в виду, например, спор, похвала, приветствие, беседа. М.М. Бахтин подчеркивает, кроме того, разнородность речевых жанров, и устных и письменных (виды бытового диалога, бытовой рассказ, военная команда, деловые документы и т.д.), их бесконечное разнообразие, что обусловлено неисчерпаемостью сфер человеческой деятельности.

Список речевых жанров в разных языках, включая русский, постоянно пополняется и не является исчерпывающим. Окончательный перечень всех

речевых жанров создать невозможно: развитие общества, появление новых сред, областей социальной деятельности человека, развитие технологий способствуют возникновению все новых жанров.

Фактически о том же говорит А. Вежбицкая, которая отмечала, что речевые жанры отражают все многообразие общественно-культурной реальности и вследствие этого значительно отличаются один от другого. Продолжая осмысление названной теории на рубеже XX и XXI веков, она предложила описывать речевые жанры с помощью так называемых семантических примитивов –элементарных смысловых единиц. Суть этого подхода состоит в том, что каждый жанр моделируется «при помощи последовательности простых предложений, выражающих мотивы, интенции и другие ментальные акты говорящего» [Вежбицкая 2007: 237–249].

Т.В. Шмелева в статье «Речевой жанр: опыт общелингвистического осмысления», привлекая теоретическую базу Бахтина, выделила 7 основных признаков-параметров речевого жанра.

- коммуникативная цель – основной параметр. Для его характеристики вводится понятие «мир» как некое пространство, сфера деятельности людей (мир информации, мир личных ощущений, мир ритуальной действительности, мир реальных событий). Так, в зависимости от соотносительности с конкретным миром, выделяют информативные, оценочные, этикетные или императивные речевые жанры;
- образ автора – данный параметр выстраивает модель взаимодействия между автором и адресатом (свой/чужой, старший/равный/подчиненный, авторитетный/неавторитетный и др.);
- образ адресата рассматривается с учетом аналогичных характеристик;
- фактор коммуникативного прошлого и фактор коммуникативного будущего определяет, что предшествовало речевому высказыванию и к чему в будущем оно приведет; так, выделяют жанры реактивные (наличие прошлого обязательно) и инициативные (без прошлого);

- событийное содержание, или диктум, обладает избирательной природой; так, например, «совет предполагает событие хорошее в личной сфере адресата с, а упрек – плохое событие в личной сфере адресата»;
- параметр языкового воплощения определяет то, в каком языковом облике воплощен тот или иной жанр речи [Шмелева 1995: 57–65].

Рассмотрим далее несколько работ ведущих ученых, занимающихся разработкой теории речевых жанров, выделяя важные для нашего исследования положения.

М.Ю. Федосюк в статье «Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи», исследуя взаимодействие двух направлений: средств речевого общения и теории речевых жанров, – приходит к следующим выводам:

- «Типовое оформление высказываний, принадлежащих к каждому из речевых жанров, позволяет адресату речи, воспринимая высказывания, получать информацию о таких содержательных характеристиках, как точка зрения говорящего на характер отношений между ним и адресатом, оценка этим говорящим смысла данного высказывания и его места в процессе общения, а также планируемое говорящим воздействие на адресата» [Федосюк 1997: 18]. Все это предоставляет возможность адресату речи сделать выбор в пользу соответствующей ответной реакции.
- С помощью жанровой характеристики высказывания говорящий доносит до своего адресата информацию о намерении воздействовать на него. Однако нельзя добиться влияния на эмоциональное состояние человека, просто информируя адресата о своем намерении. Поэтому воздействие на эмоции не является основным намерением речевого жанра; скорее, оно выступает в роли вторичной, опосредованной цели, являющейся следствием воздействия на действия и представления адресата.
- Так как влияние на эмоции адресата является косвенным результатом высказывания, средства эмоционального воздействия связаны не только с жанровой природой и содержанием высказывания, но и со специфическим стилем

речевого поведения говорящего, индивидуальных особенностей выбора языковых средств [Федосюк 1997: 18].

К.А. Долинин и В.В. Дементьев в рамках социопрагматического подхода рассматривают речевые жанры как инструмент общения в социуме [Долинин 1999: 7–13; Дементьев 2003: 83–96]. По мнению ученых, существование речевых жанров необходимо для выполнения речевых действий, а также для адекватного восприятия речевых актов.

В частности, К.А. Долинин, выстраивая свою концепцию речевых жанров, выдвигает следующие положения:

1). Определение речевого жанра следует связывать не с отдельными речевыми действиями, которые реализуются в одном простом высказывании, а с текстами (в контексте монологического общения) или с такими фрагментами диалога, которые обладают завершенностью по теме и/или логико-прагматической структуре.

2). Речевые жанры являются моделями общения и письменности, характерными для речевой компетенции носителей языка.

3). Речевой жанр – своего рода стереотип речевого поведения, который формируется в результате устойчивого и повторяющегося сочетания типичных значений нескольких аргументов: 1) адресант – носитель определенного статуса, исполнитель конкретной роли, носитель личностных качеств, обладатель специфической картины мира и т.д.; 2) адресат; 3) наблюдатель; 4) объект повествования; 5) канал связи; 6) общий контекст взаимодействия; 7) время, место и окружающая обстановка.

4). Сравнительное единство речевого поведения участников данного общества в типичных коммуникативных ситуациях достигается благодаря механизму ролевого поведения: стандартная коммуникативная ситуация определяет типичный образ адресанта — речевую роль, действия в рамках которой регулируются жанровыми и социальными предписаниями, а также взаимными ожиданиями собеседников [Долинин 1999: 10].

Таким образом, можно сказать, что теория речевых жанров активно развивается в современной лингвистике. Научные достижения последних десятилетий обеспечивают эффективное изучение современного речевого пространства.

## **1.2. Определение и характеристика речевого жанра интервью**

Учитывая тематику и формат изучаемого материала – подкаста «Рашен лэнгвич», – автор ВКР выделил жанр интервью как основной в качестве объекта анализа. В этом разделе определим данный типа высказывания и опишем его специфику, используя в качестве главного типологический (классифицирующий) подход.

В целом, интервью – это один из типов беседы. В «Толковом словаре русского языка» понятию «интервью» дается следующее определение: «интервью – беседа представителя печати с каким-нибудь общественным деятелем по злободневным вопросам, имеющим общественный интерес» [Ушаков: 1935]. Однако данная трактовка не соответствует современной действительности, так как на сегодняшний день жанр интервью рассматривается не только в печатном виде, но и в телевизионном, радио- и электронном форматах, то есть практически во всех современных медиа.

С. М. Гуревич обозначает интервью как диалогический жанр, материал которого основан на информации, предоставленной непосредственным участником или свидетелем события [Гуревич: 1963].

А.Я. Юровский, автор одного из авторитетных учебников по телевизионной журналистике, определяет интервью как разговор на актуальные темы, который происходит между журналистом и социально значимой личностью [Юровский: 1994].

С.Н. Ильченко считает, что «Интервью – акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, с целью получения

информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес» [Ильиченко: 2003]. В данном случае понятие интерпретируется как способ получения необходимой информации от интервьюируемого с помощью вопросов.

Добавляя к анализу определений данного жанра историческую справку и учитывая то, что данный жанр формировался долгое время, следует обратиться к мнению Т.Н. Исаковой, по которой благодаря взаимодействию с другими жанрами он вобрал в себя некоторые их функции, например: мыслительно-мировозренческую – у философского диалога и беседы, познавательно-терапевтическую – у драматургии, креативно-творческую – у литературного диалога-разговора. На интервью особо повлияли философия, кино, литература, телевидение, радио [Исакова 2009: 2].

Итак, можно сделать вывод, что все определения едины в том, что интервью – это журналистский жанр, который представляет собой диалог между интервьюером и интервьюируемым на актуальные темы самого широкого содержания.

Рассмотрим далее представление об этом жанре, выработанное в отечественной лингвистике.

И.В. Иванова выделяет следующие признаки жанра интервью:

1) Целенаправленность разговора для его публикации в средствах массовой информации; 2) открытый характер беседы; 3) интервьюируемый – фигура, представляющая интерес для общества; 4) непосредственный контакт между собеседниками; 5) вопросно-ответная структура; 6) нацеленность на информирование и влияние не только на участников диалога, но и на аудиторию (читателей, зрителей, слушателей) [Иванова 2009: 9–10].

**Коммуникативная цель** интервью может варьироваться в зависимости от конкретных намерений интервьюера: получить определенную информацию, познакомить слушателей с интересным человеком; промежуточной задачей может быть стремление «разговорить» собеседника. Таким образом, цель определяется перед началом интервью, подчиняет себе структуру беседы и в целом может быть определена как информативная. Этому мнению придерживается, например, Г.Р.

Шамьенова; она считает, что интервью – это информативный речевой жанр, основная функция которого заключается в выполнении различных операций с информацией: «её представление или запрос, подтверждение или опровержение». Одновременно с этим исследователь отмечает наличие в интервью целеполаганий других типов: так, запрос информации, осуществляемый в жанре вопроса (который является составной частью интервью), может быть сопровожден либо заменен императивными высказываниями, особенно просьбой; нельзя исключать и влияние на интервью этикетного жанра, который реализуется в официальных условиях общения [Шамьенова 2000: 143–145].

Анализируя **образ автора**, Н.В. Кодола подчеркивает, что интервью выстраивается непосредственно интервьюером. Его характеризуют такие основные признаки, как подготовленность, авторитетность, заинтересованность.

В процессе разговора интервьюер ориентируется на двух **адресатов**: собеседника, которому задает вопросы, и аудиторию. Из этого следует, что журналист должен выстроить ход интервью так, чтобы постараться раскрыть личность гостя, и вызвать у аудитории отклик и живой интерес.

**Фактор прошлого.** Интервью пройдет успешно и будет удовлетворять интересам адресата только в том случае, если интервьюер произведет поиск соответствующей информации: известные факты о собеседнике, какие-то события, связанные с его личностью, биографией и т.д.

**Фактор будущего** заключается в том, что интервьюер прогнозирует реакцию и ответы собеседника, отклик аудитории.

**Диктум** представляет собой события, которые происходят в данный момент в обществе, интересуют аудиторию или касаются личной жизни собеседника. Так, интервьюируемый часто является известной личностью, экспертом в какой-то области: культуре, бизнесе, политике, спорте и т.д.

Выбор **языковых средств** в целом будет зависеть от обстановки и темы интервью. В то же время выбор таких специфических средств, как профессиональный или молодежный сленг, соотносится, скорее, с типом собеседника [Кодола: 2011].

Далее выделим важные характеристики интервью, которые составляют его специфику в содержательном, формальном и коммуникативном отношении.

Первое, что обращает на себя внимание – сложная устроенность исследуемого жанра и отсюда – его сложная типологическая характеристика. Разберемся с этим, опираясь на известные речевые исследования.

Развивая концепцию М.М. Бахтина о первичных и вторичных речевых жанров, М.Ю. Федосюк предлагает различать элементарные и комплексные речевые жанры. Элементарные речевые жанры – это минимальные единицы речевого общения, которые нельзя расчлнить на другие компоненты. Комплексные жанры характеризуются включением в себя компонентов, которые репрезентируют элементарные речевые жанры. Комплексные жанры могут быть монологическими (утешение, уговоры) и диалогическими (беседа, ссора) [Федосюк 1997: 66–87]. Ст. Гайда наряду с простыми и сложными жанрами выделяет примарные жанры, которые характеризуются условиями взаимодействия «лицо в лицо», и жанры секундарные (производные), отличительным параметром которых является организация высококультурной коммуникации (дневник, дискуссия) [Гайда 1996: 11–24].

В интервью наиболее ярко реализуется диалогичность в понимании М.М. Бахтина. В интервью «слушающий, воспринимая и понимая значение речи, одновременно занимает по отношению к ней активную ответную позицию: соглашается или не соглашается с ней, дополняет, применяет ее и т.п., и эта ответная позиция слушающего формируется на протяжении всего процесса слушания и понимания с самого его начала. Всякое понимание живой речи ... носит активно-ответный характер» [Бахтин 1986: 423].

В результате, опираясь на наблюдения М.М. Бахтина, М.Ю. Федосюка, Ст. Гайды, а также анализ фактора цели, представленный выше, можно интерпретировать жанр интервью как комплексный (вторичный), секундарный диалогический речевой жанр, сочетающий в себе простые жанры с оценочной, этикетной, информативной и императивной коммуникативными целями.

Другим важным аспектом, который следует обсудить, является степень произвольности / непроизвольности (спонтанности, неподготовленности) структуры интервью и его отдельных реплик.

Безусловно, строение жанра интервью, как и любого другого, обусловлено определенным каноном. Ход интервью определен выбором темы, которая является значимой и проблемной для общества; выбором участника интервью. Однако невозможно до мельчайшей точности продумать весь ход интервью, предусмотреть все факторы, которые могут повлиять на развитие разговора. Поэтому можно предположить, что интервью сочетает в себе заранее подготовленный и спонтанный вид дискурса [Плотникова 2000: 244].

С этим предположением соглашается и Т.Н. Попова, утверждая, что тактики речевого поведения в интервью должны быть продуманными и осмысленными [Попова 2002: 220]. Но на сегодняшний день, как заметил Ю.Н. Караулов, разговорная речь вторгается в публичное общение, что отражается на речевом поведении его участников. Это способствовало тому, что возникли так называемые «диффузные» жанры, которые вбирают в себя первичные жанры и жанры подготовленного общения, например, ток-шоу (talk-show conversations) [Караулов 2001: 25–30].

### **1.3. Классификации речевого жанра интервью**

Ученые предлагают различные классификации интервью: по предмету разговора, задачам (целям), характеру получаемой информации, форме, типу организации, степени стандартизации, по отношению журналиста к интервью. Рассмотрим примеры некоторых из классификаций.

По профессиональным задачам, которые решают интервьюеры, выделяют следующие виды интервью: информационное, оперативное, портретное, интервью-расследование и беседа [Мажура, Тимофеева 2019: 49].

Главной задачей информационного интервью является получение актуальных сведений о конкретном происшествии или событии. Обязательно наличие таких вопросов: «как?», «где?», «кто?», «зачем?», «почему?».

Оперативное интервью – подвид информационного. Его отличительной чертой является наличие большого количества респондентов, которые отвечают на одни и те же вопросы, так, происходит сбор разных точек зрения по какому-то вопросу. Участниками могут быть представители как одной социальной группы, возраста, половой принадлежности, так и, наоборот, разных.

Интервью-расследование используют при необходимости изучить конкретную тему или проблему. Основная цель такого интервью – получить нужные данные о собеседнике. Как правило, перед проведением такого интервью необходима тщательная подготовка, выстраивание хода беседы, продумывание вопросов.

Следующая разновидность интервью – беседа. Это вид материала, в котором интервьюер и интервьюируемый ведут полноценный диалог между собой, находятся в равном положении перед друг другом. Этот вид интервью считается самым сложным, так как требует от журналиста большого профессионализма, творческого подхода, правильного выбора собеседника.

Задачей интервью-портрета является раскрытие индивидуальных черт личности, которая проявила себя в определенной сфере: научной, художественной, политической и т.д. Значимую роль здесь играют жесты, мимика, манеры общения интервьюируемого героя.

По предмету разговора М.И. Шостак в пособии «Журналист и его произведение» выделяет информативные, экспертные, проблемные, интервью-«знакомства»: портрет, разоблачающее интервью, «звездные» интервью [Шостак 1998].

Главным предметом обсуждения в информативном интервью являются новые факты. Интерес к собеседнику как к личности практически отсутствует. Второй вариант информативного интервью – опрос очевидцев и участников.

Журналисту задает вопросы, которые раскрывают личные переживания, впечатления по поводу конкретного происшествия или события.

Спецификой экспертного интервью является то, что журналист ведет разговор со значимой, статусной личностью, являющейся экспертом в конкретной предметной области. Реплики журналиста характеризуются сдержанностью, однако журналист должен выражать заинтересованность и вовлеченность. Основная цель такого интервью – достижение содержательности беседы.

Главным предметом обсуждения в проблемном интервью являются мнения и сопоставление источников мнений. В этом случае источник мнений не только человек авторитетный, но и обладатель нестандартного мышления, оригинальных взглядов. Обсуждение между собеседниками может быть конфликтным.

Интервью-знакомство подразделяется на 1) «портрет», когда журналист стремится создать эмоционально-психологический портрет собеседника, с помощью вопросов, которые нацелены на личностные качества. Как правило собеседник – интересная, неординарная личность; 2) разоблачающее интервью, целью которого является с помощью вопросов заставить «сбросить маску» с собеседника, поймать его на противоречиях; 3) «звездное» интервью, которое характеризуется игровыми, свободными, «шаловливыми» вопросами и комфортной обстановкой. В ходе интервью удается узнать какие-то любопытные личные факты о собеседнике, неизвестные, ранее интересные факты биографии.

Классифицируя интервью по форме, Н.Г. Богданов и Б.А. Вяземский выделяют следующие типы: интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное интервью, интервью-зарисовка и анкета [Богданов, Вяземский: 1961].

Интервью-диалог является самым распространенным и представляет собой чередование вопросов и ответов.

Отличительной чертой интервью-монолога является то, что в начале беседы задается тема, которую в последствии развивает интервьюируемый.

Коллективное интервью представляет собой интервью сразу с несколькими гостями одновременно.

Необходимым условием для интервью-зарисовки является наличие авторского мнения, комментария, отступления, характеристика гостя, создание его портрета. Особенностью интервью-анкеты является обнаружение и фиксация массового мнения.

Как отмечает Е.И. Голанова, рационально будет разделить все типы интервью на две категории: проблемные интервью и интервью-портреты. Также можно проследить различия интервью в зависимости от степени их официальности. Самым стандартизированным будет являться интервью-протокол, а самым непредсказуемым – «звездное» интервью [Голанова 2008: 712].

#### **1.4. Особенности интервью в «новых медиа»**

Термин «новые медиа» возникает в конце XX века для обозначения интерактивных электронных публикаций и определения нового способа взаимодействия между создателем и потребителем контента [Бирюкова, Новгородова, Кичкина 2021: 137].

Ю.Ю. Московина трактует новые медиа как «новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента» [Московина 2018: 239–241].

Возникновению «новых медиа» способствовало развитие цифровых и сетевых технологий и коммуникаций, а также демократизация процесса производства и распространения информационных ресурсов [Карякина 2010: 15–18].

Основными отличительными признаками новой коммуникационной среды являются:

- интерактивность в отношении с аудиторией
- новый язык медиа (мультимедиа)
- гипертекст с ссылками на Интернет-ресурсы.

Достижения в области медиатехнологий, такие как появление YouTube, социальных сетей предоставило возможность для широкого распространения контекста, а также позволило авторам монетизировать результаты своей деятельности, оказало влияние на жанровый каталог медиа.

Развитие Интернета, социальных сетей влияет на трансформацию жанра интервью в том числе: интервью претерпевает значительные изменения, открывает новые возможности.

Современное определение понятие «интервью» стало гораздо шире первоначального, которое обозначало диалог между значительной личностью и репортером по вопросу, который имеет большой интерес у аудитории с целью подготовить репортаж [Амиров, Мамедова 2021: 32]. В современных интервью участником может стать любой человек, который способен вызвать интерес у аудитории. Раньше зрителей, читателей интересовали события, различные происшествия и достижения. Сегодня в сфере интересов – человек. Чаще всего в качестве интервьюируемых выступают публичные личности или эксперты.

Появление различных онлайн-платформ, стриминговых сервисов предоставило возможность проводить и публиковать интервью любому пользователю и по всему миру. Это привело к широкому разнообразию данного жанра, возможности для людей, которые ранее не имели доступ к медийной сфере, поделиться своим мнением с массовой аудиторией.

Одним из главных аспектов трансформации интервью является, кроме того, его доступность и широкий масштаб [Ганюта 2024: 1]. Как отмечает В.В. Витвинчук, развитие цифровых технологий повлекло за собой доступность и интерактивность этого жанра для аудитории [Витвинчук 2018: 73–80]. Интерактивный формат позволяет зрителям комментировать содержание материала, участвовать в опросах, обсуждениях, влиять на создание контекста. Это делает интервью более динамичным и способствует привлечению внимания зрителей.

И.В. Иванова выделяет две основных дискурсивных позиций современного интервьюера. Первая позиция характеризует интервьюера как вежливого,

воспитанного, соблюдающего нормы общения на публике, который заранее готовит вопросы. Вторая позиция характеризует интервьюера как представителя «новой волны» с собственной «лингвистической маской», раскованностью и свободой выбора языка. Эти аспекты являются характерной чертой публицистики последних десятилетий, поскольку в прошлом, когда журналистика была строго регламентирована, а отклонение от установленных норм было практически невозможно, роль журналиста сводилась к функции стенографиста. Только недавно интервьюер начал играть активную роль в коммуникации. Для журналиста интервью стало средством самопрезентации; способом получения интересующей его и читателей информации; возможностью выразить собственное мнение по поводу проблемы [Иванова 2009].

Е.Б. Сахнова делит интервью на традиционные и «околоклассические». В традиционном типе журналист выполняет роль посредника между интервьюируемым и аудиторией. Интервьюер, как правило, не делится своим мнением по обсуждаемым вопросам. Особенность «околоклассического» интервью в том, что журналист не только является интервьюером, но и ведущим. Формат разговора включает в себя не только получение ответов на вопросы, но активное их обсуждение, обмен мнениями. Так как формат «околоклассического» интервью является более сложным, учитывается личное мнение интервьюера, интервью проводят узкоспециализированные журналисты, вызывающие авторитет аудитории [Сахнова 98–103: 10].

Для современных интервью важной составляющей является создание интриги. Ведущий использует различные приемы, чтобы привлечь внимание зрителя, тем самым мотивируя его прослушать или просмотреть интервью до конца. В качестве приемов может быть задержка информации, неожиданные вопросы или поворот сюжета, резкая смена темы [Шашкова 2024: 601].

Заметим также, что трансформация жанра изменила и саму форму проведения беседы. На сегодняшний день большую популярность имеют живые трансляции, видеointerview, подкасты и видеоподкасты.

При этом с развитием технологий интервьюеру и интервьюируемому стало необязательно находиться в одном пространстве/локации для проведения интервью. Собеседники могут находиться в разных городах, даже в разных странах, их взаимодействие происходит посредством видеосвязи. Обсудим положительные и отрицательные стороны данного способа.

Преимуществом служит возможность общаться с людьми из разных точек мира, а также оперативное получение экспертного мнения, даже если он находится за тысячу километров и не может приехать на съемочную площадку. Такой дистанционный способ интервью на сегодняшний день получил очень широкое распространение. Толчком к такому развитию данного способа послужила эпидемия коронавируса 2019 г.

Однако дистанционный способ в некоторых случаях имеет свои минусы. Во-первых, это технические заминки: задержки связи, плохое качество изображения и др. Неполадки со связью негативным образом отражаются на настроении, сбивают настой на беседу интервьюера и интервьюируемого. При монтаже эти моменты будут устранены, однако интервью в итоге может получиться не столь удачным, как было запланировано. Кроме этого, преимуществом живого интервью служит то, что собеседники и аудитория может более четко улавливать настроение гостя, наблюдать за изменением реакции и мимики, перемены в его позе [Лаптиева 2023: 276–278].

Итак, на сегодняшний день самым молодым и динамично развивающимся форматом интервью считаются интервью, проводимые с использованием интернет-возможностей, таких как социальные сети, форумы, чаты и видеозвонки. Многообразие таких форматов свидетельствует о высокой востребованности и актуальности данного жанра. В зависимости от способа распространения интервью (социальные сети, телевидение, подкасты), от конкретного интервьюера, медиапродукт приобретает свои особенности в отношении композиции и тематического содержания, выбора героев, формулировки вопросов, стиля ведения интервью, а также в методах взаимодействия с гостями и аудиторией.

## **Глава 2. Коммуникативная организация подкаста «Рашен лэнгвич»**

### **2.1. Общее устройство речевого общения в подкасте**

Материалом для исследования интервью, как указано во введении, послужили записи подкаста «Рашен лэнгвич», который впервые вышел в эфир в феврале 2023 г., включает 16 выпусков, выкладывается на платформы Apple Podcasts, Telegram-плеер, Яндекс Музыка, Spotify, Overcast, Pocket Casts, Deezer, Podcast Addict, Soudstream, VK, RSS и имеет 5100 подписчиков.

Автором и ведущим подкаста является Алиса Соломина – преподаватель и аспирант Алтайского государственного педагогического университета, сооснователь школы «ЯзыкоЗайка», в которой дети и взрослые обучаются китайскому, корейскому, английскому и немецкому языкам в аудиторном и онлайн режимах.

Цель подкаста – общая мотивация его слушателей и подписчиков к изучению иностранных языков, в том числе русского языка как иностранного, а основная форма коммуникации, которая помогает ее реализовать, – диалог ведущей с гостем в студии. Коммуникация между интервьюером и интервьюируемым происходит синхронно и поддерживается с помощью видеосвязи, при этом ведущая находится в студии, а гость в своем собственном пространстве – другом российском городе или другой стране. Длительность каждого выпуска составляет в среднем около часа.

Гости студии – иностранцы, владеющие русским языком, как правило, на достаточно высоком уровне – граждане Англии, Венгрии, Китая, Кореи, США, Турции, Франции, Японии; многие из них владеют несколькими языками и занимаются их преподаванием, но могут иметь и другие профессии.

В каждом выпуске слушатели знакомятся с новым гостем и узнают его личную историю. В ходе интервью он рассказывает о жизни в родной стране и ее культуре, о своей работе и увлечениях, делятся мыслями о дальнейших жизненных перспективах. Однако ведущей темой оказывается язык: гость вдохновенно рассказывает про то, как ему удалось выучить русский язык, для чего это

потребовалось, что было самым трудным и интересным и какие советы по освоению языка он считает полезными.

Каждый выпуск предваряет текстовое описание его содержания – своеобразный анонс, где представлена информация о стране, откуда прибыл гость, о нем самом, его деятельности и интересах, перечислены основные темы выпуска; например: *Долли - гостя второго выпуска – приехала из Нигерии в Сибирь, чтобы получить медицинское образование. За семь лет она выучила язык до уровня носителя языка, завела друзей, стала врачом, учителем и предпринимателем. В этом эпизоде подкаста "Рашен лэнгвич" мы поговорим о призвании, спонтанных решениях, свадьбах, странностях русской кухни и дадим Вам отличный совет, который точно поможет выучить любой язык. Я поделюсь не слишком успешным опытом изучения иностранных языков через разные приложения.* (выпуск №2 «В Сибирь из Африки. История Долапо»; 14.03.2023).

Кроме того, в таких описаниях приведены ссылки на социальные сети ведущей и гостя, дан список тех, кто принимал участие в создании выпуска, и указана информация о языковой школе.

Коммуникация в студии подкаста расширяется общением в группе мессенджера Telegram с одноименном названием, где автор выкладывает анонсы к каждому выпуску, делится эмоциями, полученными в ходе очередного интервью и/или путешествий, прочтения книг, просмотра фильмов, ссылками на научные статьи по языковой проблематике, дает советы по «запуску» подкастов, обсуждает способы самомотивации к изучению иностранных языков, рассказывает о собственных успехах в области лингвистики, преподавания и т.д.

С ведущей можно связаться через личные сообщения, а именно, поделиться своими впечатлениями от выпуска, предложить новую идею для выпуска или интересного собеседника, записаться на уроки в языковой школе или поблагодарить за интересный материал и оставить доброе пожелание.

Все вышесказанное реализует в подкаст-интервью функцию интерактивности, что является одной из главной характеристик современных медиа.

Автору данной ВКР особенно важным кажется отметить практическую ориентированность подкаста: поскольку «Рашен лэнгвич» – это проект образовательный, – по материалу некоторых из выпусков ведущая подкаста выкладывает в группе менеджера чек-листы с практическими заданиями, делится учебниками, материалами, которые могут быть полезны для студентов-иностранцев, изучающих русский, и русских подписчиков, изучающих китайский язык.

## 2.2. Интервью в подкасте как речевой жанр

Ведущим жанром в исследуемом нами подкасте является жанр интервью.

Интервью в подкасте следует рассматривать с учетом контекста «гражданской журналистики» [Васильченко 2000: 2].

Данное понятие имеет множество определений и заимствовано в мировую теорию и практику из американского контекста. Отличием данного типа журналистики от традиционной является то, что она представляет собой вид увлечения, которому могут посвящать себя люди разных профессий. Как отмечает Дэн Гилмор, теоретик гражданской журналистики, те люди, которые раньше назывались аудиторией, становятся участниками ее производства [Гилмор; Электронный ресурс]. Особенно эта информационная деятельность получила распространение с развитием информационных технологий.

Важно и то, что анализируемое интервью основано на общении с иностранцем, владеющим русским языком и рассказывающим собственную историю изучения языка, интересные факты биографии, описывающим образ жизни, особенности своей национальной культуры. Таким образом, данное интервью следует отнести к «портретному» типу.

Среди видов портретного интервью М.Н. Ким выделяет [Ким 2005: 244]:

1. Событийное. Цель такого интервью – познакомить общество с деятельностью героя.
2. Биографическое – направлено формирование всестороннего представления о герое.

3. Юбилейное – приурочено к празднованию юбилея значимой личности.
4. Политическое – основано на ознакомлении общественности с позициями известных политиков.

С учетом содержания выпусков, портретное интервью в «Рашен лэнгвич» относится к биографическому виду, так как интервьюер создает портрет своего гостя, опираясь на события его биографии, освещая факты, повлиявшие на его жизнь и род деятельности, раскрывая личность посредством создания комфортного диалога и благоприятной атмосферы.

Таким образом, интервью в «Рашен лэнгвич» отнесено к биографическому виду портретного интервью, в котором журналист занимает активную позицию, иницируя и направляя общение.

Проанализируем далее интервью в подкасте (подкаст-интервью) «Рашен лэнгвич» с опорой на методику анализа речевого жанра, предложенную Т.В. Шмелевой [Шмелева 1990: 1997].

В «Большом толковом словаре русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова интервью определяется как *предназначенная для печати, радио или телевидения беседа журналиста с каким-либо лицом (политиком, деятелем искусства, учёным и т.п.)* [Кузнецов; Электронный ресурс].

С учетом этого, **коммуникативная цель** интервью в подкасте «Рашен лэнгвич» может быть сформулирована следующим образом – мотивировать слушателей к изучению иностранных языков – с особым акцентом на а) предмет русского языка как иностранного (РКИ), с опорой на б) эмоциональную и в) информационную составляющие предъявляемого материала – в процессе беседы с иностранцем, владеющим русским языком. Данная цель четко заявлена автором в описании к выпускам подкаста: *Русский язык глазами выучивших. Хитрости, лайфхаки и вдохновляющие истории от людей, которые СМОГЛИ. Из подкаста вы узнаете, что поможет овладеть любым иностранным языком и не бросить после первого деепричастного оборота.*

Обратимся к образам **автора** и **адресата** подкаст-интервью, особо обращая внимание на уровни пространств, в которых организовано интервью.

Ведущей подкаста, как и его создателем, на протяжении двух сезонов является Алиса Соломина. Ей в пространстве студии принадлежит роль студийного автора вопросов: она составляет их, они же положены в основу всего интервью. Позиция онлайн-адресата вопросов принадлежит гостю-иностранцу.

Отметим, что, ориентируясь на позиции современного интервьюера, которые выделила И.В. Иванова [Иванова 2009], можно отнести автора – ведущую подкаста, с одной стороны, к воспитанному, вежливому интервьюеру, который заранее тщательно готовит вопросы к диалогу, с другой стороны, ведущая характеризуется раскованностью, свободой выбора языковых средств.

Что касается адресата – интервьюируемого, то в ответах на вопросы он потенциально может придерживаться следующих тактик:

- 1) тактика содействия – полный, правдивый ответ на вопрос;
- 2) тактика противодействия – отказ отвечать на вопрос;
- 3) тактика уклонения – нежелание прямо отвечать на поставленный вопрос, уход от вопроса [Джандалиева 2012].

В подкасте «Рашен лэнгвич» реализуется тактика полного, правдивого ответа на вопрос. Можно предположить, что тактики противодействия и уклонения не используются интервьюируемыми, так как им заранее известен примерный список вопросов, на основе которого будет выстраиваться ход интервью. Как правило, ведущая не задает вопросы, которые могли бы смутить собеседника или поставить его в неловкое положение, придерживаясь стратегии создать максимально комфортную и дружескую атмосферу.

Как отмечалось выше, интервьюер и интервьюируемый находятся в разных локациях, что составляет специфику студийного пространства. Общение гостя и интервьюера происходит по видеосвязи, так как собеседники, находясь в другом городе или другой стране, не имеют возможности дать интервью, присутствуя в студии. Автор подкаста записывает интервью, находясь в домашней обстановке, можно назвать это «домашней студией», однако, располагает при этом необходимым техническим оборудованием; гость, в свою очередь, может находиться в любом удобном для него пространстве. Выделенная особенность

импровизированного пространства коммуникации подчеркивает особенность современных медиа: создавать контент и распространять его в сети Интернета может абсолютно каждый человек и в любых обстоятельствах.

На уровне эфирного пространства роль автора подкаст-интервью будут попеременно исполнять и ведущая, и ее приглашенный гость, так как благодаря им обоим слушатели получают информацию о специфике различных культур, традиций, и изучении разных языков. Тогда роль адресата принадлежит аудитории, для которой создается подкаст.

Выделим еще одно пространство – пространство мессенджера, где происходит взаимодействие между ведущим подкаста и слушателями. Позицию автора могут занимать в данном случае как слушатели, так и ведущая, позиция адресата – точно так же меняется. В основном ведущая получает положительные отзывы от аудитории, которые передают живые эмоции от прослушанного выпуска, мотивируя на создание новых эпизодов; например: *Добрый день, Алиса. Слушаю ваш подкаст, вы в новом эпизоде просили написать, если нравится. Так вот слушаем, нравится! Желаем процветания вашему подкасту и школе, здоровья вам и всей причастной команде; На самом деле, круто; Классный проект! Очень достойно: смысл, звук, с большим удовольствием слушаю.* (Telegram-канал «Рашен лэнгвич»; 09.03.24). (Орфография, пунктуация и грамматика оригинальных текстов в мессенджере здесь и далее сохранены).

Создатель подкаста также задает вопросы аудитории, например, интересуется, удобен ли временной формат подкаста, просит предлагать вопросы, которые стоит задать следующему гостю с опорой на его интересы и увлечения.

Рассмотрим далее **факторы будущего и прошлого** в аспектах коммуникативно-ситуативном (организация интервью с учетом временных факторов) и содержательном (сведения, обсуждаемые в выпуске).

С учетом коммуникативно-ситуативного аспекта, с одной стороны, **фактором будущего** является эмоциональная реакция слушателей, возникающая мотивация изучить иностранный язык, с другой стороны – возникающий интерес к языковой школе, реклама которой присутствует в каждом выпуске: *Хотелось бы*

*сегодня рассказать про сезонность нашего бизнеса, ну и наши планы на лето. Как известно, май – это месяц для языковых школ, так скажем, увядающий: все люди ждут лета, хотят отдохнуть, уезжают в отпуска, дети уходят на каникулы и т.д. Тем не менее. Мы не прекращаем свою работу. (№ 7 «Канон – Японская балерина в Воронеже»; 23.05.23).*

Продвижение языковой школы в выпусках подкаста создает, можно сказать, дополнительное пространство – «подкаст в подкасте», так как слушатели очень часто не просто узнают о школе иностранных языков, но и слышат, например, монолог учениц этой школы, которые говорят о своем опыте изучения языка: *Всем привет. Меня зовут Полина, мне 21 год. Я студентка Алтайского Государственного технического университета. Учусь по специальности программная инженерия на факультете информационных технологий. Также являюсь ученицей языковой школы «ЯзыкоЗайка» и вот уже на протяжении полугода усиленно изучаю английский язык. (№ 4 «Зачем девушки изучают турецкий язык? Откровенный разговор с Гёктюрком Чалышканом»; 12.03.24).*

Ведущая, кроме того, способствует «продвижению» своего гостя, указывая в заключительной части текста анонса соцсети, через которые можно с ним связаться, пригласить поучаствовать в интересном проекте: *Какие проекты тебе интересны, куда тебя можно позвать? Вот наши слушатели послушают и захотят наверняка с тобой посотрудничать, куда тебя позвать, что тебе интересно, какая сфера. Может быть, красота, может быть, фотосессии, может быть, обучение. (№ 2 «В Сибирь из Африки. История Долапо»; 14.03.23).* Таким образом реализуется функция поддержки подкаст-индустрии.

Приведенный материал подтверждает справедливость наблюдений К.А. Пакулиной и Л.Е. Петровой, которые подчеркивают, что реклама является важной характеристикой современных медиа и отмечают, «что подкастинг сегодня – это одна из актуальных в России форм продвижения брендов и проектов с помощью генерации на своей или партнерской платформе полезного контента с целью формирования положительного имиджа, узнаваемости и роста лояльности аудитории» [Пакулина, Петрова 2023].

**Фактор** **прошлого** подкаст-интервью обусловлен наличием предварительного объявления (анонсом) каждого выпуска в группе мессенджера: *Гость следующего выпуска подкаста «Рашен лэнгвич» – суперзвезда с 25,4 млн просмотров на YouTube, 100 000 подписчиков в инсте и огромной аудиторией в TikTok. Вчера общались с её командой и с ней самой. Пишемся в среду ночью (у нас разница во времени). Жду, волнуюсь и будто бы не верю в это до конца.* (Telegram-канал «Рашен лэнгвич»; № 4 «25 млн. просмотров у Чериш. Известный корейский блогер изучает русский язык»; 03.04.23)

Данный фактор особенно актуален, можно сказать, становится «рабочим», когда ведущая, начиная беседу в новом выпуске, рассказывает о предыдущих сюжетах, тем самым реализуя функцию отсылки и побуждая слушателей обратить на них внимание; к примеру: *О чём были предыдущие, если вдруг вы их ещё не слышали. Первый эпизод был про Наталью. Наталья Йиса – это популярный блогер, возможно, вы слышали. Она основала швейную мастерскую в Нигерии. Во втором эпизоде мы разговаривали с Ахмедом из Туниса, который выучил русский язык благодаря мануальной терапии.* (№ 3 «Джастас Уолкер – самый веселый молочник на Алтае и его американско-сибирская философия»; 27.02.24).

Переместившись с коммуникативного на содержательный уровень анализа, следует отметить, что и в содержании самого интервью, события и ситуации прошлого составляют существенную часть контента, поскольку для ведущей одной из главных задач является раскрыть гостя, рассказать про его жизненный путь, основную деятельность: *У Канон очень интересный путь, она изучала сначала балет в Японии, затем училась в Канаде, закончила Вагановскую знаменитую академию в Санкт-Петербурге, много гастролировала, танцевала в театрах Москвы, Питера и многих других городов России.* (№ 7 «Канон – японская балерина в Воронеже»; 23.05.23). Аспект прошлого регулярно возникает и когда интерес ведущего перемещается к проблематике изучения иностранного языка – имеются в виду сложности, проблемы, мотивировки и источники вдохновения гостя: *В английском нет падежей, да, русский сложен падежами, и в русском языке действительно очень сложная грамматика, она очень сложно дается. В самом*

начале пути, когда ты только начала изучать русский, что ты подумала? (№ 2 «В Сибирь их Африки. История Долапо»; 14.02.23).

Значимым в содержательном плане является и **контекст будущего**. Точнее, используя стимулирующие высказывания (императивы) в мессенджере, ведущая и гости выпусков, мотивируют к изучению иностранного языка, тем самым моделируя событийное будущее интервью: *Крутой совет! Чтобы выучить язык, будьте открытыми, любопытными, смелыми и не сидите и не ждите, берите все в свои руки, да, запомним этот совет. Здорово!* (№ 2 «В Сибирь их Африки. История Долапо»; 14.02.23); рекомендуют к прочтению любимые книги: *Мо Янь - один из самых знаменитых писателей китайских в мире. Мои студенты пишут его дипломную работу, связанную с его произведением. Кроме современных, я бы вам советовал прочитать Ху Ло Мэн.* ( № 1 « Смог открыть дверь русского языка: путь китайского студента до ученого московского университета»; 28.02.23); рекомендуют к просмотру фильмы, сериалы для тех, кто учит иностранный язык: *Если вы хотите качественно время проводить, если дубляж подойдет, то мне очень понравилось, я даже не знал, что турки такие вещи делают. „Дар “- вы можете найти это на „Нэтфликсе “, это сериал.* (№ 4 «Зачем девушки изучают турецкий язык? Откровенный разговор с Гёктюрком Чалышкном; 12.03.24).

Следующий признак – **диктумное содержание**, которое характеризуется информацией, раскрывающей темы выпусков подкаста. Основные темы выпусков подкаста «Рашен лэнгвич» можно разделить на несколько блоков:

- советы по изучению иностранного языка – с акцентированием на собственном опыте и подходе гостя к изучению языка:

– *Как учить языки? Слушать подкасты, найти себе друзей из другой страны. Кстати, я использую этот метод. У меня есть подруга из Китая, и мы с ней много общаемся. Даже больше, наверное, чем с некоторыми подругами в России. Представляешь?*

– *Интересно.*

– *Когда слушаешь потом эпизоды, ты узнаешь, что у меня сейчас идёт челлендж. Я пытаюсь вернуть свой хороший китайский язык, и вот она в нём*

*тоже участвует. Я об этом в конце этого эпизода расскажу, и именно об этом мы много общаемся. Это второй способ. Какие ещё есть способы? Как выучить язык?*

*– Слышать русскую музыку или музыку на том языке, который ты изучаешь. Если только одна фраза вспоминается, это уже хорошо, потому что с мелодией легче вспоминается. Поэтому это супер грамматически будет правильно. Стоит фильмы посмотреть. Читать также. Хотя там очень много силы воли нужно иметь, чтобы читать. И не со словарём, а без словаря. Всё равно хоть только одно слово ты понимаешь. Грамматика появится. Можно узнать вот из какого корня данное слово. Это не обязательно, чтобы каждое слово понять. (№ 3 «Стоит ли изучать язык с носителем? Петра Паммер из Венгрии»; 28.03.23).*

- *обсуждение культурных особенностей различных стран:*

*–Я когда готовилась к интервью, прочитала про балет в Японии и насколько поняла, что в Японии не очень популярно, именно как искусство.*

*–В Японии немножко по-другому смотрят на балет. Балет очень популярно и очень любят, но при этом у нас не принимают, как профессиональная работа, получается это как хобби, и занимаются этим для здоровья, кто-то раз в неделю, кто-то два раза в неделя. Маленькие девушки тоже вот любят в пачках танцевать и поэтому они тоже ходят заниматься, и есть очень много балетной студии для хобби, и есть театры, где как хобби будешь работать.*

*–Любители?*

*–Уровень высокий, но ты не получаешь зарплаты, ты платишь за то, чтобы репетировать и участвовать типа в спектаклях. Типа да, популярно, но при этом как профессиональная работа, вообще нет, не развита.*

*–Это значит необычно, что ты выбрала именно балет, если это не так популярно. А вообще в Японии популярен или нет?*

*–Да, тоже популярен, но все-таки как бы правительство не очень оценивает искусство. (№ 7 «Канон – японская балерина в Воронеже»; 23.05.23).*

–*Русская и нигерийская кухня похожи?*

– *Нет.*

– *А в чем основное различие?*

– *Чтобы сказать различие, это значит, что есть similarities, то есть есть места, где они схожи, то есть они вообще не схожи. У нас абсолютно разные продукты. Ну, есть, конечно, продукты, которые есть, и картошка, которые у всех есть, но у нас просто абсолютно другие.*

–*А у вас картошка обычная, не ботан?*

–*У нас и ботан, и обычная.*

–*У нас картошку очень часто едят.*

–*У вас, получается, чаще рис или картошка в блюдах?*

–*Чаще рис.*

– *А хлеб?*

–*Ну, едим, да, но не как русские, чтобы на каждом питании хлеб был.*

– *Да, я, кстати, заметила, что многих иностранцев из разных стран удивляют, что у нас очень много разных сортов хлеба.*

–*Это странно. Как можно, не знаю, хлеб с супом, хлеб с рисом? (№ 2 «В Сибирь из Африки. История Долапо»; 14.03.23).*

- описание и оценка специфики жизни иностранцев за границей, часто – в России:

–*Что тебя больше всего удивило, когда ты приехала первый раз в Россию сюда?*

–*Первый момент, первый день, это был холод. То есть я, конечно же, через Москву, и там было много градусов. А, кстати, вот в день, когда я прилетела, был первый снег в Москве. Первый день снег упал. Как бы зимой видела и побыла без проблем. Но, фу, думала, несколько дней. И прилетела в Барнаул, это было в октябре, и уже минус двенадцать. Я просто не могла понять, откуда снег взяли, блин. Минус двенадцать, что? Откуда-куда?*

–А ты до этого видела снег?

–Да, да, видела.

– Ты путешествовала?

–Да, путешествовала.

–А где ты была?

–В Англии, Испании, Амстердам. Я не знаю, как вы говорите на английском. – Нидерланды, наверное. И по Африке. И, скорее всего, всё.

–Для России это точно необычный маршрут.

– А, ну да. А у нас это обычный маршрут, потому что ближе.

–Получается, когда ты прилетела, и тебе минус двенадцать, было холодно. Как твоё впечатление, когда у нас тут зимой минус тридцать пять?

–Просто понять, что я путь выбрала, и теперь мне придётся как-нибудь выжить до сих пор. Если я выйду на улицу зимой, то у меня всё закрыто, кроме глаз. Просто чтобы не видеть. Как ниндзя. ( № 2 «В Сибирь из Африки. История Долапо»; 14.03.23).

Наконец, **языковое воплощение** подкаста характеризуется неофициальным стилем, непринужденной манерой общения ведущей с гостем, использованием ими эмоциональной разговорной и жаргонной лексики: *Крутой совет!*; *Офигеть!*; *Пипец!* *Замотивируемся!* *Обалдеть!* Интервьюер редко использует специальные термины и сложные конструкции, так как подкаст ориентирован на широкий круг слушателей с разным образовательным уровнем. Использование разговорной и эмоциональной лексики делает диалог легким, живым и привлекающим внимание.

### 2.3. Субжанры как составляющие интервью

Как было сказано выше, жанр интервью можно интерпретировать как комплексный речевой жанр, или гипержанр, который объединяет ряд «подчиненных» ему жанров, входящих в его состав. Такие более простые и менее объемные типы высказываний принято называть субжанрами [Седов 2007; [Ульянова 2014].

В рамках анализа интервью в выпусках подкаста «Рашен лэнгвич», выделим и сделаем общий анализ субжанров с информативным, оценочным, этикетным и императивным целеполаганием.

По Т.В. Шмелевой, цель информативных жанров – осуществить «различные операции с информацией: ее предъявление или запрос, подтверждение или опровержение» [Шмелева 1997: 88].

К информативным субжанрам, реализуемых в исследуемом подкасте, отнесем следующие: анонс (выпуска) описание выпуска, самопрезентация (ведущего), введение в тему, челлендж, реклама.

Анонс предваряет каждый выпуск: ведущая подкаста заранее выставляет его в своем Telegram канале, давая краткую информацию о госте, акцентируя внимание на особо интересных темах готовящегося выпуска. К тексту также прилагается яркая фотография гостя, что привлекает и побуждает аудиторию прослушать данный выпуск: *Фермер-миссионер, живёт в сибирской глубинке и мечтает возродить популярность фермерства и передать своё дело следующим поколениям. В новом эпизоде говорим с Джастасом Уолкером. Вы узнаете, почему нелегко получить русское гражданство (на это может уйти целое десятилетие!), как адаптироваться в новой стране, если ты ребёнок, и услышите знаменитый заразительный смех, который прославил нашего гостя в соцсетях.* (№ 3 «Джастас Уолкер – самый веселый молочник на Алтае и его американско-сибирская философия»; 27.02.24).

Описание расположено под каждым из выпусков. В нем кратко сообщается, кто будет гостем в интервью, какие основные темы будут подниматься в разговоре: *Где найти любовь лингвисту? Французский, русский и китайский – какой язык всё-таки сложнее? Легко ли делать бизнес семейной паре с разным менталитетом? Почему все французы такие стройные? Обоснованные ответы – в пятом выпуске подкаста "Рашен лэнгвич" (№ 5 «Шера из Франции, Свят из России: про семейный бизнес на языке любви»; 27.04.23).* Описание полезно, так как предоставляет возможность слушателям выбрать из всего списка выпусков тот, который им показался наиболее интересным. Очевидно, что анонс и описание – сходны по

содержанию и целеполаганию, но различаются местом расположения; при этом оба они находятся за пределами самого аудиотекста выпуска. Их можно отнести к сопровождающим жанрам, образующим коммуникативное будущее подкаст-интервью.

Введение в тему составляет уже часть самого интервью, вводя слушателя в общий контекст: ведущая напоминает, в чем заключается направленность и особенность данного подкаста: *А сейчас вы слушаете самый вдохновляющий подкаст про языки и не только. Он называется «Рашен лэнгвич», потому что в подкасте мы говорим на русском языке с людьми из разных стран, с иностранцами, которые выучили русский язык до небывалых высот (№ 3 «Джастас Уолкер – самый веселый молочник на Алтае и его американско-сибирская философия»; 27.02.24).*

Жанр самопрезентации направлен на то, чтобы у аудитории сложился определенный образ ведущего интервью, обладающего целым набором знаний, умений и навыков: *А я его ведущая Соломина Алисов, суровый сибирский препод, сооснователь языковой школы «ЯзыкоЗайка», аспирант педагогического университета, молодой учёный и любитель изучать иностранные языки и болтать обо всём интересном. (№ 2 «В Сибирь из Африки. История Долапо»; 14.03.23).*

Ведущая использует, кроме того, формат челленджа. Челлендж – от английского challenge, «вызов» – это описание какой-либо личностной проблемы, которую преодолевает человек, делаясь этим со своей аудиторией и тем самым призывая аудиторию пройти через такое же преодоление. Содержание челленджа в данном подкасте – это совершенствование какого-либо языка, в частности, китайского. Ведущая делится со зрителями своими результатами и трудностями – это помогает ей самой находить время, стимулируя себя в надежде на успех; вот как начинается описание челленджа: *И теперь у меня идёт челлендж по повышению уровня китайского языка. Моего уровня. И я буду на протяжении всего сезона рассказывать вам, какие шаги я для этого делаю, что у меня получается,*

что не получается. (№ 5 «Шера из Франции, Свят из России: про семейный бизнес на языке любви»; 27.04.23).

Обратимся далее к использованию речевого этикета и этикетных жанров в подкасте. Н.И. Формановская трактует понятие речевого этикета следующим образом: «Регулирующие правила речевого поведения, система национально-специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности» [Формановская 1987: 9]. Основой функцией речевого этикета является функция контактоподдерживающая, то есть установление, сохранение и укрепление отношений между людьми [Формановская 1987: 13].

Ведущая подкаста не скрывает от слушателей того, что до записи у нее происходит плотное взаимодействие с гостем: они знакомятся, договариваются о записи. Автор подкаста тщательно собирает информацию об интервьюируемом, просматривая социальные сети, анализируя другие интервью. Можно предположить, что уже на данном этапе ведущая и гость устанавливают приятельские отношения.

При прослушивании выпусков подкаста ощущается очень благоприятная, непринужденная атмосфера. Каждый выпуск характеризуется душевным и открытым диалогом, что достигается путем сокращения дистанции между ведущей и гостями. Алиса Соломина не «давит» преподавательским авторитетом и, хотя презентует себя как «суровый, сибирский препод», разговорная лексема *препод* подчеркивает самоиронию.

Достижение частной цели – максимально расположить к себе собеседника – способствует далее тому, что гость-иностранец ярко и глубоко проявляет себя: рассказывает о национальных обычаях, трудностях в изучении языка, смешных моментах из жизни. Живой, свободный диалог очень привлекает слушателей и способствует достижению главной цели интервью – мотивировать слушателей к изучению иностранных языков.

Одним из важных элементов речевого этикета является манера общения с собеседником на *ты/вы*. На выбор той или иной формы, по Н.И. Формановской, влияют следующие условия:

- степень знакомства коммуникантов: *Вы* применяется при общении с малознакомым человеком, *ты* – с хорошо знакомым [Формановская 1987: 80];
- официальность/неофициальность обстановки общения: форма *вы*, как правило, используется в официальной обстановке, *ты* – в неофициальной;
- взаимоотношения коммуникантов: *вы* используется при «холодных», сдержанных взаимоотношениях, *ты* – в отношениях «теплых», дружеских;
- равенство/неравенство ролевых позиций обуславливается такими позициями, как возраст, служебное положение и т.д.

В подкасте в большинстве случаев ведущая обращается к своим гостям на *ты*: *Сколько лет ты уже в России живешь? На английском говоришь?* (№ 7 «Канон – японская балерина в Воронеже»; 23.05.23). Форма обращения на *ты* устраняет барьер, настраивая на дружескую беседу и максимальную открытость. Ведущая признается, что гости могут делиться личной информацией, которая удаляется при редактировании.

Если говорить об **этикетных** жанрах в подкасте, то их цель – «осуществление особого события, поступка в социальной сфере, предусмотренного этикетом данного социума: извинения, благодарности, поздравления, соболезнования, и т. д.» [Шмелева 1997: 88].

Высказывание приветствия и прощания так же, как и обращение, характеризуются непринужденностью и неофициальностью общения: *Привет, Канон!; Пока!; Привет, Чайна!; Привет, Наташа!; Пока-пока!; Пока, хорошего тебе дня!*

Жанр благодарности связан с положительными намерениями говорящего. Выражая благодарность, автор говорит адресату о том, что его действие было для него ценно и приятно, и желает словами сделать приятное собеседнику [Казакова 2011: 613]. В подкасте ведущая обращается к данному жанру в конце интервью, чтобы поблагодарить собеседника за интересный разговор: *Спасибо большое!;*

*Спасибо, что поделился! Мне кажется, для многих это будет очень вдохновляюще и поддерживающе!* (№ 5 «Кондитер, актер, модель, папа, блогер – Егор Куликов о жизни в Нью-Йорке»; 26.03.24).

Этикетные высказывания, формируя благоприятный режим коммуникации, поддерживают **оценочные** жанры.

Оценка – это всегда авторское суждение, поэтому принято считать, что она всегда субъективна, однако распространяться она может как на самого себя, так и на другого индивида.

Оцениваться могут:

- личность: а) внешность; б) качества личности (интеллектуальные, профессиональные, этические, психические и т.п.)
- деятельность личности
- рационально-эмоциональная область человеческих проявлений: а) мнения, убеждения, взгляды; б) увлечения, вкус
- речевое поведение

Оценка может быть как положительной, так и отрицательной. Отрицательная оценка может рассматриваться как невежливое поведение и привести к конфликту [Кормилицына, Шамьенова 1998: 1].

В выпусках подкаста наблюдается только положительная оценка, основное целеполагание которой может быть выражено следующим образом: «Говорю так, потому что собеседник мне приятен и хочу, чтобы он это знал». Это реализуется в жанрах похвалы, комплимента и одобрения, выражающих доброжелательность, симпатию по отношению к собеседнику, и очень действенно, поскольку, вызывая ответные эмоции, сближает интервьюера и интервьюируемого, стимулирует последнего на коммуникативное сотрудничество. Так, ведущая оценивает внешность гостя, делая **комплимент**: *Прекрасная, утонченная балерина; Горячий, харизматичный турецкий мужчина; Обязательно посмотрите, какой он красавчик.* Оценивает внутренние качества личности, используя **жанр похвалу**: *Егор – просто человек оркестр. Чем он только не занимался и не занимается. Это просто король таймменеджмента! Он и актер, и модель, и кондитер, и*

*музыкант!; Мне кажется, это не мозг, а компьютер!; У тебя хороший словарный запас, великолепный!* высказывает **одобрение**: *Понравилась мысль; Классный совет!*

Положительная оценка подразумевает выражение искренней симпатии, поэтому часто носит экспрессивный оттенок: *Егор – просто человек-оркестр. Чем он только не занимался и не занимается. Это просто король таймменеджмента! Он и актер, и модель, и кондитер, и музыкант!* Гости и сама ведущая свободны в выражении своих эмоций: *Ничего себе, это очень интересно!; Это потрясающе!; Это красиво!*

Обращаясь к **императивным** жанрам, отметим то, что Т.В. Шмелева, перечисляя речевые жанры, просьбы, совета, рекомендации, предложения, наказа, инструкции и др., выявляет их основную цель: «Вызвать осуществление именуемого в них события». [Шмелева 2014: 1]. В интервью «Рашен лэнгвич» часто реализуются просьба, совет, рекомендация и реклама.

Жанр **просьбы** реализуется, когда ведущая просит аудиторию давать отклик, обратную связь после прослушивания выпуска, поскольку это поднимает рейтинг подкаста, делает его популярным и мотивирует подкастера работать над следующим интервью; к примеру: *Не забывайте нам, пожалуйста, писать комментарии, ставить свои звёздочки, лайки в Яндекс Музыке, рекомендовать друзьям, потому что всё-таки для каждого подкастера очень важен интерес к его подкасту.*

Так как основная цель интервью с иностранцем – мотивация к изучению иностранных языков, в том числе русского языка как иностранного, гость дает слушателям **советы**, как правильно настроить себя на изучение языка, что может помочь и привести к положительному результату: *Нужно спросить себя, определить, зачем ты начал, и всё время задавать себе этот вопрос. И тогда не отступишь; Слушай подкасты или музыку на том языке, который ты изучаешь, найди себе друзей из другой страны.*

Следует также сказать, что гости выпуска интересны аудитории не только тем, что владеют иностранным языком, но и тем, что реализовались в своем

любимом деле и совершенствуются в нем дальше. Поэтому советы гостя интервью могут быть направлены на то, чтобы мотивировать, даже вдохновить слушателя на раскрытие собственного потенциала и возможностей, как, например, в следующем фрагменте: *Это ваша жизнь, ваши дела и ваши процессы. Не смотрите на других, думайте своей головой, убирайте этот страх и просто делайте! Вот, что вы хотите, к чему у вас душа лежит, какое дело вам нравится – просто делайте! С ошибками, неправильно, но идите и делайте это планомерно, и у вас все получится! Не бойтесь и только вперед! (№ 5 «Кондитер, актер, модель, папа, блогер – Егор Куликов о жизни в Нью-Йорке»; 26.03.24).*

Кроме того, ведущая подкаста регулярно дает **рекомендации** по изучению языка. Как специалист, она обращает внимание на конкретные пособия и книги, приложения в сети Интернет для изучения языков: *Кстати, все приложения, которые я опробовала и которые мне понравились, которые прошли моё одобрение, выложу их в наш телеграмм-канал. Поэтому заходите, посмотрите, наверняка тоже найдёте что-то для себя полезное. (выпуск №2 «В Сибирь из Африки. История Долапо»; 14.03.2023).*

Наконец, к императивным жанрам можно отнести **рекламные объявления**, связанные с деятельностью языковой школы «ЯзыкоЗайка». В каждом выпуске ее сооснователь и коллега Алисы Соломиной Екатерина Зельман делится со слушателями новостями учебного заведения, способствуя его продвижению: *Мы с командой считаем, что формат наших языковых клубов на лето – это самый оптимальный и универсальный вариант для всех возрастов, поэтому, конечно, всем нашим ученикам мы предлагаем формат разговорных клубов. (№ 7 «Канон – Японская балерина в Воронеже»; 23.05.23).*

Рекламное объявление находится на границе между информативным и императивным целеполаганием: с одной стороны, это содержательная новость, оповещение о чем-то, что происходит или произойдет «ЯзыкоЗайке», а с другой стороны – призыв воспользоваться образовательной услугой.

## 2.4. Реализация речевых ходов в интервью

Речевые ходы в процессе коммуникации реализуются в соответствии с речевой стратегией. «Речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 2003: 54]. Главные признаки стратегии – гибкость и динамика, так как в ходе разговора она изменяется, постоянно корректируется, зависит от непрерывно меняющегося контекста. Гибкость также проявляется через возможность реализации стратегии через различные коммуникативные ходы.

По Е.Ю. Джандалиевой, основная коммуникативная стратегия, которую в ходе интервью использует автор, – это презентация собеседника [Джандалиева 2012: 89].

Проанализируем, с помощью каких коммуникативных ходов автор реализует ее в выпусках подкаста «Рашен лэнгвич».

Коммуникативные ходы подразделяются на иницирующие и на реагирующе-иницирующие.

Иницирующий коммуникативный ход отличается независимостью от предыдущего хода интервью. Реагирующе-иницирующий, наоборот, зависит от предшествующего контекста [Штырева, 2006].

Выделим типы коммуникативных ходов, которые использует интервьюер:

**Запрос информации.** Данный тип реализуется посредством прямого или косвенного вопроса гостю. Прямые вопросы делятся, в свою очередь, на уточняющие (закрытые), которые направлены на выяснения истинности/ложности информации, и на восполняющие (открытые), которые задаются с целью выяснить что-то новое о событиях, явлениях, предметах [Введенская 1999: 488].

В подкасте «Рашен лэнгвич» большее количество прямых вопросов имеют открытый характер, так как интервьюер пытается больше узнать о госте-иностранце: его биографии, роде деятельности, жизни в России, хобби, увлечениях, о тактике и стратегии овладения иностранным языком: *Сколько лет ты уже в России живешь?; А русский ты как выучила, в Японии изучала или здесь?; Какие*

*твои любимые партии, кстати?; Что из русского смотрел?; На каком языке ты думаешь?; А грамматика русского языка как дается? Можешь писать на русском языке?; Что бы ты посоветовала людям, которые изучают иностранные языки?; Какие проекты тебе интересны, куда тебя можно позвать?; Вот что делать русским студентам, чтобы не бросить китайский?*

Уточняющие вопросы в границах запроса информации используются реже, но также ориентированы на выяснение языковых навыков гостя, его интересов, увлечений, выяснения некоторых фактов биографии: *На английском говоришь?; Скучаешь, наверное, очень сильно?; А, вы читали на русском, да?*

**Уточнение** используется как вспомогательный прием в случае несоответствия содержания предшествующего хода ожиданиям интервьюера или же в случае, когда информация представленная является неполной и требует конкретизации:

*- Но потом же вспоминаешь свой родной язык? Или нет?*

*- Да, да. Легко вспоминается, все-таки родной язык.*

*- На самом деле, я раньше думала, что невозможно забыть язык, на котором ты говорил с детства, но у меня были ученики, их родители, ну то есть они переехали из России в какие-то другие страны, и раньше говорили на русском, ну а теперь говорят на другом языке и забыли очень многие слова, то есть вот действительно забывается даже родной. (№ 7 «Канон – Японская балерина в Воронеже»; 23.05.23).*

Уточнения как правило, делают диалог в подкасте более информативным; помимо этого, интервьюер с помощью них может исправлять речевые ошибки иностранца:

*- Поэтому мультики здесь очень хорошие. Здесь еще комедия хорошо идет, а еще фантазия...*

*- Фантастика, наверное... (№ 4 «Зачем девушки изучают турецкий язык? Откровенный разговор с Гёктюрком Чалышканом»; 12.03.24).*

**Вопрос-удивление.** Целью данного коммуникативного хода является выражение удивления, эмоции.

Интервью в выпусках подкаста характеризуется экспрессивностью, ведущая очень открыто и искренне выражает свои переживания: *Балерина и пицца, но, когда я увидела, что ты это ешь, я такая: как? что?; У меня есть подруга из Китая, и мы с ней много общаемся. Даже больше, наверное, чем с некоторыми подругами в России. Представляешь?*

**Утверждение.** Данный коммуникативный ход инициирует дальнейший разговор, поскольку косвенно содержит побуждение к действию. Интервьюер стимулирует собеседника к комментированию известных ему фактов или к расширению имеющейся информации:

- *Я обожаю языки, и мне любой язык всегда интересен, и я пыталась учить арабский, корейский чуть-чуть смотрела, и тут венгерский, а потом я увидела, что у вас двадцать падежей, и такая, нет, не подходит.*

- *Да, это звучит очень жестко. Говорят, что звучит венгерский красиво, потому что в венгерском языке очень много гласных, разные гласные дают интересный звук. (№ 3 «Стоит ли изучать язык с носителем? Петра Паммер из Венгрии»; 28.03.23).*

**Утверждение и запрос информации.** Данный коммуникативный ход состоит из двух элементов. Утверждение является основой для последующего запроса информации. Данный ход широко распространен в интервью, с помощью него осуществляется переход от одной темы к другой: *В английском нет падежей. Да, русский сложен падежами, и в русском языке, действительно, очень сложная грамматика, она очень сложно дается. В самом начале пути, когда ты только начала изучать русский, что ты подумала?; Кстати, ты билингв. На каком языке ты думаешь сначала?; Я вот вообще очень далека от танцев. Как проходит день балерины, как вообще жизнь проходит?*

**Вывод,** как правило, идет после цепочки вопросно-ответных единств, выражает мнение интервьюера, которое складывается в процессе обсуждения конкретной темы: *Получается, чтобы выучить язык, нужно слушать подкасты, найти себе друзей из другой страны....* Вывод предполагает последующий комментарий гостя – согласие или опровержение.

**Оценка.** Данный коммуникативный используется, когда интервьюер дает положительную или отрицательную характеристику собеседнику, его деятельности и пр. с помощью оценочных языковых средств. Отметим, что в «Рашен лэнгвич» со стороны автора реализуется только положительная оценка, которая часто относится либо к внешности героя, либо к его языковым навыкам с целью расположить к себе гостя и создать комфортную атмосферу: *Сегодня у нас в гостях Канон Карита – прекрасная, утонченная балерина, которая родилась в японском портовом городе Якогама; Это потрясающе. Мне кажется, это не мозг, а компьютер; У тебя хороший словарный запас, великолепный!*

Такие типы коммуникационных ходов, как запрос информации и утверждение могут быть как иницирующими, так и реагирующе-иницирующими, в то время как уточнение, вопрос-удивление, вывод, оценка имеют только реагирующе-иницирующий характер.

Таким образом, в данной главе рассмотрены основные признаки-параметры речевого жанра интервью, которые особым образом реализуется в подкасте «Рашен лэнгвич»; определено то, что интервью – это комплексный гипержанр; выделены и описаны субжанры, входящие в его состав; выявлены основные речевые ходы, помогающие выстраивать структуру интервью.

## Глава 3. Методическая разработка урока «Жанр интервью»

### 3.1. Поясняющий комментарий

**Тема:** Жанр интервью. 7 класс

**Тип урока:** Открытие нового знания

**Цель:** Познакомить обучающихся с понятием интервью

**Задачи:**

**обучающие:**

- повторение материала по теме “Публицистический стиль”;
- ознакомление с жанром интервью, его особенностями, структурой;

**воспитывающие:**

- воспитание любви и уважения к родному языку;
- формирование умения корректного общения с окружающими людьми;

**развивающие:**

- формирование умения анализировать текст;
- совершенствование умения строить устные высказывания;
- формирование навыка грамотной речи;
- развитие умения анализировать, обобщать и систематизировать

полученную информацию;

**УУД:**

**личностные:**

• формирование системы представлений о себе, качествах, возможностях, своем месте в мире;

- формирование норм поведения

**познавательные:**

- формулирование темы;
- умение структурировать знание;
- умение грамотно строить устное речевое высказывание;
- умение грамотно задавать вопросы

**регулятивные:**

- умение планировать свою деятельность;
- ставить цели и следовать им

**коммуникативные:**

- взаимодействие с обучающимися;
- формирование целеустремленности, готовности к преодолению трудностей

**Оборудование:** ноутбук, колонки, презентация, карточки для рефлексии, учебник русского языка под редакцией Т.А. Ладыженской для 7 класса [Ладыженская 2019].

### 3.2. Содержание и ход урока

#### 1. Приветствие. Мотивация к учебной деятельности (1-2 мин)

Добрый день, ребята! Как настроение? Все готовы к уроку? Хорошо! Как вы помните, мы с вами продолжаем знакомиться с жанрами публицистического стиля. Я хочу задать вам вопрос: как вы думаете, с каким жанром публицистического стиля соотносятся следующие цитаты:

- «Природа наделила нас двумя глазами, двумя ушами, но лишь одним языком, дабы мы смотрели и слушали больше, чем говорили» (Сократ).
- «Слышать – это больше, чем понимать слова» (Карел Чапек).
- «Чтобы быть хорошим собеседником, необходимо быть хорошим слушателем» (Ларри Кинг)

Умение «слушать» реализуется в диалоге между людьми.

Основной целью жанра, о котором мы будем сегодня говорить, является сообщить мнения и суждения конкретного человека о чем-либо.

*Дети высказывают предположения.*

Совершенно верно, сегодня мы будем говорить о таком жанре, как интервью.

#### 2. Актуализация знаний (5-7 минут)

Ребята, чтобы вспомнить, о каких жанрах и стилях мы говорили ранее, я предлагаю вам выполнить следующее задание (высвечивается на слайде).

Определите стиль и жанр каждого текста, запишите ответ в тетрадях:

1. *А это любители искусства – в прямом смысле любители, они - участники школьных театральных коллективов со всей России и ближнего Зарубежья. Вместо того, чтобы смотреть телевизор где-то под Ижевском, они сделали всё, что смогли, чтобы приехать в столицу на XV юбилейный Московский Международный фестиваль школьных театров «Русская Драма». Открывается фестиваль в этом году необычно – местом встречи указан не Московский Театр Русской Драмы п/р Михаила Щепенко, а одна из площадей огромного города Москвы. Сейчас от этого «нулевого километра» начнётся «шествие русских драматургов», посвящённое и открытию юбилейного театрального смотра, и 150-летию со дня рождения Константина Сергеевича Станиславского, и русской драме вообще. Эти дети сегодня провозгласят, что «Любовь – это творчество. Всегда творчество», - и не просто провозгласят, но постараются сделать это так, чтобы их услышало как можно больше народа.*

**Ответ:** Публицистический стиль. Репортаж – это жанр, в котором рассказывается о событии, которое наблюдает автор, находящийся на месте действия.

2. *Декану факультета «Бизнес-информатика» Хабарову В. И.*

*ЗАЯВЛЕНИЕ*

*10.10.2018*

*Прошу разрешить отсутствовать на занятиях 11.10.2018 ввиду отъезда домой по семейным обстоятельствам.*

*Студент Смирнов В.В.*

**Ответ:** Официально-деловой стиль. Используется в сфере делового общения. Жанр – заявление.

3. *Около года ребятам была недоступна помощь библиотеки. И вот прошлое воскресенье ознаменовалось возрождением местного храма знаний. Помещение давно нуждалось в ремонте. Читатели помнят сквозняки и сырость, укутанных библиотекарей и слабый интернет. Всё в прошлом! Новые окна, прекрасное*

*современное освещение ЛЕД-лампами, беспроводной интернет высокой скорости — всё это радует читателей*

**Ответ:** Публицистический стиль. Жанр – заметка. В ней сообщается о каком-то событии, важном факте: что, где, когда произошло, выражается отношение к событию (факту).

Самопроверка.

### **3. Обозначение темы (1 мин)**

Молодцы! Все прекрасно справились с заданием! А сегодня, как вы уже поняли, мы будем говорить еще об одном жанре публицистического стиля – интервью. Попробуйте самостоятельно сформулировать тему урока.

*Дети формулируют тему.*

### **4. Объяснение нового материала (3 мин)**

Интервью – жанр публицистики, беседа журналиста с одним или несколькими лицами по каким-либо актуальным вопросам.

Как вы думаете, где можно встретить этот жанр? (*телевидение, газеты, журналы, Интернет*).

Как вы думаете, почему интервью относят к публицистическому стилю?

(*Потому что цель интервью – воздействие на мысли, чувства и сознание слушателей*)

Как вы думаете, у какого человека могут брать интервью? (*общественные деятели, известные лица – звезды театра, кино, эстрады, обыкновенные люди, которые интересны своими достижениями, успехами в какой-то области, имеют нетривиальное мышление*)

Возможно, вы смотрите или слушаете интервью с интересными вам личностями – блогерами, артистами и др.? Кто вас вдохновляет? (*Ответы детей*)

### **5. Индивидуальная работа (10-15 мин)**

Ребята, еще интервью можно слушать в подкастах. Я уверена, что многие из вас знают об этом. Сейчас очень много интересных образовательных подкастов на различные темы. Сейчас я включу вам фрагмент из одного такого подкаста. Пожалуйста, прослушайте и постарайтесь ответить на следующие вопросы:

- Какова тема интервью?
- Кто интервьюер, а кто интервьюируемый?
- Как бы вы обозначили цель данного интервью?
- Как, по вашему мнению, ведущая готовится к интервью?
- Обратите внимание на речь интервьюера. Она является официальной или нет? Поясните свой ответ, как вы думаете, с чем это связано?
- Чем занимается гость интервью?
- Найдите орфоэпические и речевые ошибки в речи гостя.
- Кому это интервью будет полезным и интересным?
- Какие отличия в культуре между Японией и Россией вы отметили?
- Чем интервью отличается от обычной беседы?

Фрагмент выпуска см. в приложении. [01:30-08:00].

## 6. Индивидуальная работа (5 мин)

Прочитайте интервью, предложенное в учебнике, объясните, чем письменное интервью отличается от устного? Чем прослушанное вами интервью отличается от того, которое представлено в учебнике?

**Ответ:** В печатном формате чаще всего устранены стилистические ошибки, повторы, слова-паразиты. Прочитав интервью в учебнике, мы не много можем сказать об особенностях характера интервьюера и интервьюируемого. А прослушав интервью в подкасте, мы можем составить определенное мнение и о госте интервью, и о ведущей, обратить внимание на то, как происходит общение между ними, кто эмоциональный, а кто более сдержанный, отметить речевые и орфоэпические ошибки и т.п.

## 7. Слово учителя (1 мин)

Я хотела бы обратить ваше внимание на то, что в устном интервью может быть использована разная лексика: могут употребляться термины, разговорная лексика, даже молодежный сленг. Все зависит от темы и содержательной направленности конкретного интервью, образа (имиджа) ведущего, конкретной цели, которую имеет в виду ведущий.

## **8. Рефлексия (2 мин)**

Постарайтесь ответить письменно в карточках на следующие вопросы:

- Что нового ты узнал за урок?
- Что было трудно и непонятно?
- У кого бы ты хотел взять интервью?

## **9. Домашнее задание (1 мин)**

Представьте себе, что вы берете интервью у своего любимого артиста (спортсмена, телеведущего и т.д.). Какие вопросы вы задали бы ему (ей)?

Найдите дополнительную информацию об этом человеке и составьте с ним короткое интервью, используя свои вопросы и его предполагаемые ответы (составьте их самостоятельно).

## Заключение

В выпускной квалификационной работе даны определение и характеристика речевого жанра интервью, выявлены особенности интервью в подкасте как одного из форматов «новых медиа», описано общее содержание интервью-подкаста, его речевое устройство, проанализирован речевой жанр интервью как основной жанр подкаста, а также выделены и рассмотрены субжанры, выступающие как составляющие интервью жанры, исчислены основные речевые ходы, представлена методическая разработка, демонстрирующая, как исследуемый материал подкаста может быть применен на уроке русского языка в 7 классе.

В итоге можно сделать следующие выводы:

1.

- Жанр интервью – это комплексный, диалогический жанр, включающий ряд субжанров, более просто организованных высказываний.
- Существует множество классификаций интервью, ориентированных на различные параметры: цель, характер получаемой информации, форма, тип организации, степень стандартизации и т.д.
- Особенности интервью в так называемых «новых медиа» обусловлены использованием новейших цифровых технологий; имеются в виду: интерактивность, доступность медийной сферы для каждого пользователя, дистанционный способ проведения интервью, активная роль интервьюера в коммуникации.

2.

- Российский подкаст «Рашен лэнгвич» вышел в эфир 23 февраля 2023 года. Ведущей темой подкаста является мотивация к изучению иностранных языков, в том числе русского как иностранного. Анализ общего устройства подкаста выявил а) его интерактивность – взаимодействие создателя и ведущего подкаста с аудиторией в мессенджере Telegram; б) особенность студийной коммуникации, которая проявляется в дистанционном общении интервьюера и интервьюируемого по видеосвязи; в) специфику интервьюера, который одновременно выступает как соблюдающий нормы этикета и как

раскованный, свободно выражающий эмоции и использующий различные языковые средства; г) практическую направленность содержания, которая реализуется через предоставление аудитории рабочих материалов для уроков по РКИ, учебников и других полезных ресурсов; д) наличие рекламы, которая способствует привлечению внимания к языковой школе.

- Интерпретируя интервью как комплексный, сложный жанр, мы выделили субжанры жанры, входящие в его состав: информативные, задача которых дать в интервью представление слушателю о том, какова тематическая направленность контента, привлечь внимание к подкасту, языковой школе (анонс, введение в тему, описание к выпуску, челлендж, реклама); этикетные жанры, реализованные в высказываниях приветствия, прощания и благодарности (ведущая устраняет барьер и создаёт максимально комфортную атмосферу, обращаясь с гостями на *ты*); оценочные жанры, воплощенные в похвале и комплиментах и помогающие интервьюеру расположить к себе гостя-иностранца; императивные жанры – просьба к аудитории предоставить обратную связь, отклик на прослушанный материал; совет по изучению языка; рекомендация учебных ресурсов в сети Интернет.
- Речевые ходы, используемые ведущей, помогают гостю максимально раскрыться, достоверно и полно ответить на вопрос.

### 3.

Материал подкаста «Рашен лэнгвич» можно использовать на уроке по русскому языку в 7 классе, изучая тему «Основные жанры публицистического стиля. Интервью. Репортаж». Материалы подкаста не только ярко иллюстрируют понятие интервью, но и демонстрируют школьнику, что с помощью качественных образовательных интернет-ресурсов можно получать новые знания, учить языки, мотивировать себя на достижение новых целей.

**Список использованных источников**

1. Амиров В.М., Мамедова С.Я. Интервью: от классического жанра к современным форматам (на примере программ «Вдудь» и «А поговорить?») // «Известия Уральского федерального университета. Проблемы образования, науки и культуры». 2021. С. 30–37.
2. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1986 С. 198–250.
3. Бирюкова Ю.В., Новгородова Э.А., Кичкина Е.Г. Новые медиа как современная коммуникационная среда для взаимодействия сми и аудитории // Международный научно-исследовательский журнал. 2019. С. 137–140.
4. Богданов Н.Г., Вяземский Б.А. – Издание 3-е, переработанное и расширенное. Ленинград: Лениздат, 1971. 685 с.
5. Введенская Л. А. Культура и искусство речи: современная риторика / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. 576 с.
6. Вежбицкая А. Речевые жанры // Социальная психолингвистика: хрестоматия. М.: Лабиринт, 2007. С. 237–249.
7. Витвинчук В.В. Мультимедийная журналистика. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2018.130 с.
8. Гайда С. Проблемы жанра / Ст. Гайда // Функциональная стилистика: Теория стилей и их языковая организация. 1986. С. 11–24.
9. Голанова Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца столетия (1985–1995) / под ред. Е.А. Земской. М.: з. рус. Культуры. 1996. С. 427–452.
10. Гуревич С.М. Репортаж в газете: лекция для студентов вечернего и заоч. отделений фак. журналистики / моск. ордена Ленина и ордена трудового красного знамени гос. ун-т им. м. в. ломоносова. фак. журналистики. М.:1963. 33 с.

11. Gillmor D. We the Media. Grassroot Journalism By the People, For the People. URL: <http://oreffly.com/catalog/wemedia/book/index.csp> ( дата обращения: 12.03.25)
12. Дементьев В.В. Традиции изучения жанров в русской разговорной речи саратовской лингвистике // Проблемы речевой коммуникации. 2003. № 3. С. 83–96.
13. Джандалиева Е.Ю. Портретное интервью как жанр речевого общения: некоторые особенности коммуникативного поведения участников (на материале немецкого языка) // Научный диалог. 2012. С. 86 – 101.
14. Долинин К.А. Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия // Жанры речи. 1999. № 2. С. 7–13.
15. Долинин К.А. Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия // Жанры речи. Саратов. 1999. № 2. С. 7–13.
16. Иванова И.В. Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности. 2009.
17. Ильченко, С. Н. Интервью в журналистском творчестве: учеб. пособие. СПб.: С.-петерб. гос. ун-т, 2003. 93 с.
18. Исакова Т.Н. Функционирование жанра интервью на современном этапе Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации» // Система ценностей современного общества. 2009. С. 19 – 22.а
19. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. 3-е изд, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
20. Казакова О.А. Ритуальные жанры как отражение национальных стратегий речевого поведения языковой личности // Вестник науки Сибири. 2011. № 1 (1). С. 611 – 616.
21. Караулов Ю.Н. О состоянии современного русского языка // Русская речь. 2001. № 3. С. 25 – 30.
22. Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента / К.А. Карякина // MediaScore. 2010. № 12. С. 15 – 18.

23. Ким М.Н. Новостная журналистика [Текст]: учеб для вузов / М. Н. Ким // СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2005. 349 с.
24. Кодола Н. В. Интервью: Методика обучения. Практические советы: Учеб. Пособие для студентов вузов / Н. В. Кодола. 2-е изд., испр., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2011. 174 с.
25. Кормилицына М.А., Шамьенова Г.Р. Категория вежливости в оценочных речевых жанрах // Жанры речи. 1999. № 2. С. 257 – 266.
26. Кремшокалова М.Ч. Малые жанры устной речи как культурно маркированные тексты // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2012. С. 90 – 96.
27. Лаптиева Д.К. Влияние современных технологий на жанр интервью // Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей. 2023. С. 275 – 279.
28. М. Т. Баранов, Т. А. Ладыженская, Л. А. Тростенцова и др. Русский язык. 7 класс [Текст]: учебник для общеобразовательных организаций: в двух частях / М.: Просвещение, 2019.
29. Мажура А.В., Тимофеева Е.Д. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве // Наука и школа. 2019. С. 47 – 53.
30. Московкина Ю. Ю. Новые медиа как средства массовой информации // Молодой учёный. 2018. №52. С. 239 – 241.
31. Пакулина К.А., Петрова Л.Е. Подкаст как способ продвижения креативных проектов: технология создания // Управление культурой. 2023. № 1 (5). С. 65 – 74.
32. Плотникова С.Н. Неискренний дискурс в когнитивном и структурнофункциональном аспектах. 2000. С. 244.
33. Попова Т.И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте / Т. И. Попова // СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2002. 220 с.
34. Рашен лэнгвич – Эпизоды – Podcast.ru. URL: <https://podcast.ru/1673769390/e?page=2> (дата обращения 12.01.2025)

35. Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2013. С. 98–103.
36. Седов К.Ф. Психолингвистический аспект изучения речевых жанров // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М., 2007
37. Ульянова М. А. Классификация жанров интернет-дискурса // *lingua mobilis*. 2014. № 3 С. 49.
38. Федосюк М.Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи // Жанры речи. 1997. № 1. С. 66–88.
39. Формановекая Н. И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Русский язык, 1987. (Библиотека преподавателя русского языка как иностранного). 158 с.
40. Шамьенова Г Р Принцип вежливости как особая коммуникативно-прагматическая категория в русском речевом общении: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Саратовский гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. Саратов, 2000. 22 с.
41. Шашкова Е. В. Интервью-реконструкция как жанровая модификация // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2024. № 4 (55). С. 599 – 608.
42. Шмелёва Т.В. Императивные речевые жанры // Эффективное речевое общение (базовые компетенции). 2014. С. 182 – 183.
43. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. 1997. № 1. С. 88 – 98.
44. Шостак М. И. Журналист и его произведение: [практическое пособие] / М. И. Шостак; Институт "Открытое общество"(Фонд Сороса). М.: Гендальф, 1998.
45. Штырева С. В. Прагмалингвистическая характеристика интервью (на материале французской прессы): Автореферат диссертации ... кандидата филологических наук. М., 2006.
46. Юровский А.Я., Борецкий Р.А. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1966. 337 с

## Приложение

### Фрагмент интервью из подкаста «Рашен лэнгвич»

(№ 7 «Канон – Японская балерина в Воронеже» 23.05.23)

– *Всем привет, друзья! Вы слушаете подкаст о том, как выучить любой язык с удовольствием и о возможностях, которые открывает вам это знание. Гости подкаста собрались из самых разных уголков планеты. Они не похожи друг на друга, у них разные профессии, интересы, возраст, но всех объединяет одно – знание русского языка на таком уровне, что он в корне изменил их жизнь. Меня зовут Соломина Алиса, я ведущая подкаста, преподаватель иностранных языков, и этот подкаст мы создали вместе с моей коллегой и сооснователем языковой школы «ЯзыкоЗайка» Зельман Екатериной, чтобы как можно больше людей могли узнать о том, что учить языки под силу каждому, есть много способов и возможностей. Самое главное – начать.*

– *Сегодня у нас в гостях Канон Карита – прекрасная, утонченная балерина, которая родилась в японском портовом городе Якогама, а сейчас живет в русском городе Воронеже и занимается возвышенным, творческим видом искусства, который является национальным достоянием русской культуры, уже более 20 лет. Она начала в 6, сейчас ей 27. У Канон очень интересный путь, она изучала сначала балет в Японии, затем училась в Канаде, закончила Вагановскую знаменитую академию в Санкт-Петербурге, много гастролировала, танцевала в театрах Москвы, Питера и многих других городов России.*

– *Привет, Канон, сколько лет ты уже в России живешь?*

– *Можно сказать, 11 лет. Точнее, я 3 года в Киеве и 8 лет в России.*

– *По-моему, ты еще в Америке жила.*

– *Да, до этого в Америке тоже немножко.*

– *На английском говоришь?*

– *Да.*

– *Получается, у тебя японский, английский и...*

– *Русский, да.*

- *А русский ты как выучила, в Японии изучала или здесь?*
- *Я уже знала английский язык до того, как я приехала в Россию, и я особо не изучала английский язык. Я вот сначала в Канаде, потом США со всеми пыталась общаться, слышала и автоматически как-то потихоньку начала понимать и говорить и думала, что как бы ну... в России также будет. Просто поехала, ничего не знала особо: «ну с один до десяти», «здравствуйте», «спасибо» и все.*
- *Было тяжело?*
- *Да, потом где-то через 3 месяца я поняла, что русский язык – это гораздо сложнее, чем английский язык. Как английский язык просто пытаться общаться*
- *этого не получится разговаривать, и поэтому я начала изучать самостоятельно: купила учебник и слышала, что говорит педагог в уроке балетном. И она, например, сказала что-то «колени», и я запомнила это слова и после урока я открыла словарь и поняла, что такое колени и записала в тетрадь. Вот такой утомительный прогресс.*
- *Ну сейчас уже очень хорошо! Получается, во сколько лет ты приехала в Киев?*
- *С 16 лет.*
- *С 16 лет, ого! А ты бываешь в Японии?*
- *Да, когда училась в два раза в год, когда начала работать, раз в год.*
- *Скучаешь, наверное, очень сильно?*
- *Да, тем более сейчас уже два года не было в Японии, поэтому очень хочу.*
- *Надеюсь, скоро сможешь съездить.*
- *А японский язык не забывается?*
- *Забывается. Тем более у нас разница есть со временем, и поэтому очень сложно созваниваться, еще у меня такой график, как обычно в театре, из-за этого я созваниваюсь, может быть, два раза в месяц, 3 раза в месяц. Очень редко, и из-за этого очень мало говорю, потому каждый раз, когда я вернусь в Японию, где-то буквально неделя, я какой-то вот иностранка, очень медленно говорю, иногда что-то не понимаю.*
- *Но потом же вспоминаешь? Или нет?*
- *Да, да. Легко вспоминается, все-таки родной язык.*

– На самом деле, я раньше думала, что невозможно забыть язык, на котором ты говорил с детства, но у меня были ученики, их родители, ну то есть они переехали из России в какие-то другие страны, и раньше говорили на русском, ну а теперь говорят на другом языке и забыли очень многие слова, то есть вот, действительно, забывается даже родной. Это очень, на самом деле удивительно!

– У меня есть знакомый, который половина японец, половина английский, наверное, он до шести где-то в Японии жил. В Японии родился и в Японии жил до шести, а потом уехал в Англию, и сейчас ему где-то 20 с чем-то и вообще не знает японский язык, он знает только да «Аригато», «Коничива» и все, причем с акцентом он говорит. Не думала, что вообще настолько полностью человек может забывать, если очень долго живешь в другой стране.

– На самом деле, в России, ну по крайней мере, мне не так часто встречаются люди, кто приехал из Японии. У тебя есть знакомые из Японии в Воронеже, чтобы поговорить?

– Да, у нас в театре со мной трое работает японцы.

– Ничего себе, это очень интересно!

– Они за тобой приехали?

– Нет, один уже работал до меня, вторая она чуть-чуть позже меня, и вообще не из-за меня, а вообще мы на месте познакомились

– Я когда готовилась к интервью, прочитала про балет в Японии и насколько поняла, что в Японии не очень популярно, именно как искусство.

– В Японии немножко по-другому смотрят на балет. Балет очень популярно и очень любят, но при этом у нас не принимают, как профессиональная работа, получается это как хобби, и занимаются этим для здоровья, раз в неделю, кто-то два раза в неделю. Маленькие девушки тоже вот любят в пачках танцевать и поэтому они тоже ходят заниматься, и есть очень много балетной студии для хобби, и есть театры, где как хобби будешь работать.

– Любители?

- *Уровень высокий, но ты не получаешь зарплаты, ты платишь за то, чтобы репетировать и участвовать типа в спектаклях. Типа да, популярно, но при этом как профессиональная работа, вообще нет, не развита.*
- *Это значит необычно, что ты выбрала именно балет, если это не так популярно. А вообще в Японии популярен или нет?*
- *Да, тоже популярен, но все-таки как бы правительство не очень оценивает искусство и поэтому не то, что даже балет, а даже наше «кабуки» тоже особо не поддерживают, это японские традиционные, там поют танцуют...*
- *Как опера, наверное?*
- *Это совсем другое. Японский стиль, конечно, в кимоно.*