

Бичарова Мария Михайловна, Керимова Лейла Валерьевна

## **ИНТЕРАКТИВНЫЙ ЖАНР КАК ФОРМА ДВУХСТОРОННЕЙ КОММУНИКАЦИИ В МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ**

В статье отражены результаты научно-исследовательской работы, выполняемой в русле жанрово-дискурсивных исследований и посвященной изучению многообразия жанровой палитры средств массовой информации. Рассматривается группа интерактивных жанров, особенностью которых является наличие двухсторонней коммуникации с читателем. Авторы изучаемой разновидности текстов в качестве материала используют определенную проблему, вопрос или задачу, требующие анализа, многостороннего подхода и компетентного решения, структурируя его по схеме "вопрос-ответ" либо "реплика-комментарий".

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2015/8-1/5.html](http://www.gramota.net/materials/2/2015/8-1/5.html)

Источник

### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 8 (50): в 3-х ч. Ч. I. С. 26-30. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2015/8-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2015/8-1/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phi@gramota.net](mailto:phi@gramota.net)

УДК 80; 81

**Филологические науки**

*В статье отражены результаты научно-исследовательской работы, выполняемой в русле жанрово-дискурсивных исследований и посвященной изучению многообразия жанровой палитры средств массовой информации. Рассматривается группа интерактивных жанров, особенностью которых является наличие двухсторонней коммуникации с читателем. Авторы изучаемой разновидности текстов в качестве материала используют определенную проблему, вопрос или задачу, требующие анализа, многостороннего подхода и компетентного решения, структурируя его по схеме «вопрос-ответ» либо «реплика-комментарий».*

*Ключевые слова и фразы:* массово-информационный дискурс; жанр; типологическая классификация жанров; интерактивные жанры; материал; метод; формат; прагматика.

**Бичарова Мария Михайловна**, к. филол. н.

**Керимова Лейла Валерьевна**

*Астраханский государственный университет*

*valkirija@inbox.ru; leyla-kerimova@mail.ru*

### **ИНТЕРАКТИВНЫЙ ЖАНР КАК ФОРМА ДВУХСТОРОННЕЙ КОММУНИКАЦИИ В МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ<sup>©</sup>**

*Статья написана при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект 14-06-31067 мол. а  
«Жанровая конституция как принцип организации текстов массово-информационного дискурса».*

Средства массовой информации являются одним из важнейших общественных институтов, которые оказывают решающее влияние на формирование взглядов и представлений общества, норм поведения его членов [8, с. 101].

Подчеркивая важную роль прессы в эпоху глобализации, Н. Михайлов говорит о том, что СМИ призваны быть «катализаторами интеграционных процессов во всех сферах человеческой жизнедеятельности и в то же время бережно сохранять национальную неповторимость стран и народов» [6, с. 26]. Информация, являющаяся предметом отображения в журналистском произведении, может относиться к абсолютно разным сферам человеческой деятельности: экономика, политические процессы, право, религия, мораль и этика, культура и пр.

Рассматривая текст, в том числе журналистский, в системе «событие – автор – текст – читатель», можно сказать, что он не существует обособленно, а выступает как результат осмысленной и переработанной информации. Таким образом, текст массовой информации – это не просто сообщение, данные или сведения, а средство вербальной коммуникации, направленное на получение определенной реакции со стороны аудитории.

Коммуникативные процессы описываются классической формулой Г. Лассуэлла: коммуникатор – сообщение – канал – реципиент – эффект. Любая коммуникация как вид связи – это непременно субъектно-объектные отношения с обратной связью [Цит. по: 2, с. 31-32]. Коммуникатором и реципиентом могут быть отдельные персоналии, социальные группы людей, государственная власть и общество в целом. Для любой коммуникации необходимым условием взаимодействия является установление контакта.

Именно на это направлены тексты средств массовой информации, поскольку основная функция СМИ – коммуникативная. Очевидно, что нельзя свести основную роль медиатекста только лишь к установлению контакта с аудиторией. Включая целый ряд взаимозависимых и сопутствующих функций, в том числе информационную, состоящую в распространении информации, воздействующую, направленную на получение определенной реакции, развлекательную, призванную информировать читателя о последних событиях в легкой непринужденной форме и позволяющую удовлетворить рекреационные потребности массовой аудитории с учетом ее неоднородности и специфических потребностей, коммуникативная функция интегрирует в себе целый ряд интенционных авторских установок, обобщая цели и задачи журналистики.

Информация, которая может быть абсолютно разнородной и относиться к различным сферам человеческой жизни, все же должна удовлетворять основной потребности аудитории: информировать о происходящем в мире, природе, социуме, чтобы читатель мог адекватно реагировать на изменения и действовать в соответствии с вызовами современности. В связи с этим вырисовывается целый ряд характеристик, которыми должна обладать информация для того, чтобы стать материалом для журналистского произведения. Во-первых, информация должна быть актуальной и востребованной, в соответствии с текущими информационными потребностями читателя. Во-вторых, она должна быть своевременной, для того чтобы читатель мог в нужный момент ей воспользоваться. В-третьих, необходимо дать возможность аудитории всесторонне рассмотреть, проанализировать и оценить суть происходящего, поэтому важно, чтобы информация была максимально полной. В-четвертых, данные должны быть объективными, так как они направлены на то, чтобы дать возможность соответствующим образом реагировать на происходящие события. В-пятых, важно отражать события, явления и факты всесторонне, для чего информация должна быть разносторонней по тематикам, рубрикам, сферам человеческой жизни, структуре и форме. Наконец, нужно учитывать интересы и запросы аудитории, в связи с чем информация дифференцируется по темам и целевой аудитории.

К сожалению, даже с полным набором всех вышеуказанных характеристик информация, предоставляемая печатными средствами массовой информации, сегодня в значительной степени уступает главному источнику – телевидению. Дело в том, что при наличии множества каналов передачи в наиболее выигрышном положении находится тот материал, который проще и быстрее воспринимается аудиторией. Поэтому форма и содержание информации – это две принципиально важные позиции, которые автору текста СМИ приходится учитывать при создании текста, поскольку на первый план выступает задача установления контакта между коммуникатором и реципиентом через текст.

Высокий уровень качества информации (достоверность, актуальность, полнота и т.д.), степень насыщенности, разнообразие способов подачи материала, нетривиальность структуры текста – ключевые критерии результативности текста, качественного перехода потенциальной информации в процесс восприятия.

По мнению Е. П. Прохорова, в зависимости от адресата, результативность следует разделять соответственно на эффективность и действенность. Действенность – это результативность выполнения непосредственно-организаторской цели журналистики. Эффективность – степень реализации целей, соответствующих потребностям аудитории в информации в целом, как и задачам журналистики. Результатами этого являются эффекты – конкретные изменения в сознании реципиента и реакции аудитории [7].

Средства массовой информации по определению призваны связывать людей, служить средствами их общения. Коммуникация посредством прессы устроена таким образом, что на одном полюсе действует профессиональный производитель информации – журналист, а на другом остается массовый субъект – заранее неопределенное по численности множество неизвестных пользователей. Когда аудитория перестает быть просто получателем информации, а начинает активно принимать участие в ее обмене, оценке и анализе, можно говорить о двухсторонней модели коммуникации, которая позволяет СМИ максимально эффективно выполнять свою коммуникативную функцию. По словам М. Б. Бокова, СМИ эффективно выполняют свою коммуникативную функцию, если они обеспечивают диалог сторон, открытость намерений, культуру общения и равноправные позиции в информационном обмене. Коммуникационная функция всегда несет в себе в качестве главной составляющей информационную функцию. Но если нет диалога, обратной связи, информационные процессы становятся односторонними, а коммуникативная функция abortируется, «усыхает» [2, с. 32].

Говоря о многообразии жанровой палитры средств массовой информации, можно утверждать, что все жанры в той или иной мере нацелены на взаимодействие с аудиторией, однако целый ряд жанровых разновидностей представляет наиболее яркие примеры двухсторонней коммуникации. Это интервью, комментарий, вопрос-ответ, письмо и авторский совет. Эти жанры мы предлагаем определить как интерактивные. Такие жанры призывают читателя к взаимодействию, вызывают ответную реакцию аудитории, доносят несколько точек зрения посредством диалога.

Основываясь на комплексном подходе изучения жанрового многообразия СМИ, который заключается в использовании четырех критериев для выделения той или иной разновидности жанров, рассмотрим прагматику, метод, материал и форму его подачи, используемые в интерактивных жанрах [1].

Материалом, к которым автору, работающему в данном жанре приходится иметь дело, служит не просто факт, событие или явление, а определенная проблема, вопрос или задача, требующие анализа, многостороннего подхода и компетентного решения, с чем автору текста в одиночку не справиться. Именно для этого к обсуждению вопроса подключаются читатели, эксперты, специалисты в определенной сфере и просто участники диалога или полилога, который создает автор текста. Материал, таким образом, подается не в форме повествования, а структурирован по схеме «вопрос-ответ» либо «реплика-комментарий».

Такие выбор материала, форма его подачи и структура текста обусловлены целевыми установками журналистского творчества, обладающими ключевыми жанрообразующими свойствами. Журналистское творчество ориентировано на создание объективного произведения, способного удовлетворить особые, актуальные в данный момент, общественные потребности, побуждая интерес публики к ответной реакции.

Эффективный контакт с читателем может быть найден в том случае, если журналист выступает не просто в качестве ретранслятора информации, но и проводит всесторонний анализ и обработку информации, определяет форму подачи материала, находит пути разрешения возникающих противоречий и конфликтов, наконец, вовлекает в обсуждение читателя путем приглашения к обсуждению. Подобный способ обработки и подачи материала демонстрирует функциональную сущность журналистики: предоставлять читателю объективную и достоверную информацию о событиях и изменениях, происходящих в обществе и мире, стимулировать обмен точками зрения, способствовать распространению в общественном сознании общепринятых ценностей. Для читателя важно не просто получить информацию о том, что происходит в окружающей действительности, но и узнать о непосредственных участниках этих событий, происшествий, процессов и явлений, их персональные характеристики, личностные особенности. Эти задачи автор реализует путем компетентной оценки и анализа проблемы.

Самым универсальным, наиболее широко распространенным и многогранным жанром среди интерактивных, по нашему мнению, является **интервью**. Говоря об интервью как о форме коммуникации, можно отметить, что тексты подобного рода можно рассматривать и как особую форму подачи материала, и как отдельное жанровое образование.

Интервью – наиболее универсальная, «миролюбивая» форма коммуникации [3, с. 14]. Текст, структурированный в форме «вопрос – ответ», создает для аудитории атмосферу непринужденного общения, в процессе которого читатель наиболее восприимчив к информации. Именно поэтому «вопросно-ответные» фрагменты текстов могут вкрапляться в любые жанровые разновидности, сущность которых в целом не меняется, лишь добавляются дополнительные интерактивные формы коммуникации. Элементы интервью универсальны и могут создавать как отдельное жанровое образование, так и, сохраняя традиционную форму определенного

жанра, придавать дополнительную «эмоциональную» нагрузку, придавая тексту большую насыщенность и достоверность. Как интерактивный жанр, интервью разнообразно в своих разновидностях, и при детальном изучении таких текстов как объекта специального лингвистического исследования можно выделить его разновидности. Занимая приоритетное положение в жанровой системе, интервью пользуется популярностью у журналистов и входит в число самых используемых форм организации текстового пространства.

Этот многогранный жанр рассматривает известный исследователь жанровой палитры СМИ А. А. Тертычный. Он выделяет информационное и аналитическое интервью [10], которые по своим характеристикам соответствуют двум группам жанровых разновидностей его типологии: информационным жанрам, направленным на объективное доведение информации до читателя, и аналитическим – призванным всесторонне изучить и проанализировать объект рассмотрения и предоставить читателю некоторый комплекс выводов, рассуждений и доказательств. Специфика интервью заключается в том, что в его тексте внешне главенствует точка зрения не автора, а собеседника журналиста. Формы интервью различны: беседы, диалоги, монологи, полилоги, анкеты. Все это многообразие в сущности своей подчиняется двум важнейшим задачам: выявить точку зрения собеседника по обсуждаемому вопросу и рассказать о собеседнике, создать его психологический портрет.

**Комментарий**, так же как и интервью, можно рассматривать как форму организации текста, метод, так и выделять его в виде самостоятельного жанра СМИ. В качестве метода комментариев используется в журналистике давно. В текстах большинства жанровых разновидностей можно встретить вкрапления комментария в виде цитирования чужого мнения либо в качестве примечаний. Во вторичных жанрах, таких как репортаж, очерк, обзор, рецензия и т.д., комментарий используется как форма выражения заключительной мысли, подведения итогов. При помощи комментирования также разнообразят жанры передовых статей, колонок и новостей, используя различные публикации в виде цитирований и структурируя их в тексте так, что они как бы «комментируют» друг друга.

Как самостоятельный жанр комментарий стал выделяться относительно недавно. Обусловлено это, прежде всего, широким распространением электронных версий печатной прессы, позволяющих любому читателю, как простому обывателю, так и профессиональному журналисту оставить комментарий под любым информационным материалом. Публикации, относящиеся к жанру комментария, имеют своей целью обсудить и разъяснить, в какой-то мере оценить происходящие события, описываемые явления и факты. Занимая одну из ключевых позиций в системе жанров журналистики, комментарий выполняет очень важную функцию: он является способом выражения авторского отношения к текущим событиям. Комментарий позволяет журналисту с личной позиции, исходя из персонального опыта и собственных знаний, выразить оценку, провести анализ ситуации, сформулировать проблему и способы ее решения, спрогнозировать дальнейшее развитие событий.

Как жанр комментарий выкристаллизовался во второй половине XIX – начале XX в. из широко распространенного тогда краткого аналитического сообщения типа корреспонденции [11]. В процессе формирования как жанра, комментарий обрел специфические конститутивные признаки, отражающие цели, которые преследуют тексты подобного рода. Комментарий нацелен привлечь внимание аудитории к конкретному событию, факту и явлению, которые в текущий момент имеют особенное значение для общественной жизни. Анализируя материал, журналист также стремится установить причинно-следственные связи, выявить связь с другими явлениями и событиями. Далее, в комментарии часто важно обозначить прогноз дальнейшего развития того или иного события и, если это требует проблематика комментария, обосновать способы решений задач, которые автор сам же и сформулировал.

Таким образом, комментарий может быть не только обсуждением и анализом уже свершившихся событий, отголоском только что возникших явлений, но также прогнозом возможных событий, предвосхищением чего-то неизбежного.

Основными принципами построения комментария являются четкость и логичность. От того, насколько ясно и понятно изложена комментируемая проблема, зависит успех комментария. Читатель должен без особых усилий, специальных знаний в какой-то области и без владения специфическим понятийным аппаратом понять, о чем идет речь. Именно поэтому автору комментария необходимо избегать сложных синтаксических конструкций и узкоспециализированной лексики. Классическим построением публикаций данного жанра является расположение материала по схеме «факт – комментарий» [10].

Жанр, условно обозначаемый нами как «**вопрос-ответ**», возникает в результате слияния вопроса читателя или иного участника коммуникации (другого журналиста, представителя общественности и т.п.) и ответа на него либо самого журналиста, либо эксперта в той сфере, к которой относится заданный вопрос. Специфика вопроса-ответа как жанра заключается в том, что два обособленных текста, характеризующиеся разными стилистическими особенностями, объединены одной тематикой, общим информационным материалом и под одним заголовком. Материал подобного характера можно небезосновательно причислить к отдельной жанровой разновидности, так как репрезентативность таких текстов в прессе достаточно высока и такие публикации в СМИ существуют довольно давно. В журналистском обиходе они существуют под определением «ответы на вопросы». Главная из особенностей таких текстов – неразрывное единство вопроса и ответа [Там же]. Если нет вопроса, то не следует и ответа на него. Иначе говоря, тип публикаций «вопрос-ответ» – это своего рода «сиамские близнецы» в ряду современных жанров периодической печати. Вместе ответ и вопрос образуют некое информационное единство, объединяющее достоинства вопроса и ответа на него. Причем такой ответ, возможно, мог быть опубликован и в виде самостоятельной заметки, но интерес читателя к ней в этом случае мог бы быть несколько ниже. В отличие от других жанров, вопрос-ответ зачастую является более выигрышным вариантом, так как такая форма позволяет «сфокусироваться» на тех проблемах, которые больше всего занимают внимание наиболее активной части аудитории, не жалеющей сил на то, чтобы обратиться в редакцию за получением необходимой актуальной для них информации [5].

Тематика предмета, о котором должна идти речь в «вопросно-ответном» тексте, задается в заглавии и раскрывается в первой части – вопросе. В соответствии с заданным вопросом автор выстраивает ответ таким образом, чтобы логически и содержательно он был адекватен заданной тематике. В связи с этим можно сказать, что проблема, обсуждаемая в текстах данной жанровой разновидности, отличается предметной ограниченностью, «заданностью». Избежать предметную и структурную разобщенность двух частей позволяет корректировка вопроса, которая, сохраняя заданную тематику, предмет и суть вопроса, позволяет сохранить единое стилистическое пространство текста.

К вопросно-ответной форме текста журналисты обращаются не только тогда, когда их принуждают к этому вопросы читателей, поступившие в редакцию. Порой возникает такая ситуация, что журналист имеет информацию, которую необходимо опубликовать, для чего должен быть создан так называемый «информационный повод». В подобном случае существует много возможностей создать такой повод искусственно. Так, проблема может решаться так называемым «нюсмейкерским» способом: журналист самостоятельно придумывает вопрос под маркой «вопрос в редакцию», а потом сам же на него дает ответ [6].

**Письмо** – одна из старейших письменных форм разговорной речи – как журналистский жанр стало возникать исходя из нужд журналистики в случаях, когда требовалось продемонстрировать непринужденность отношений между адресантом и реципиентом, убедить читателя в искренности участников переписки. Приспособление форм персональной и деловой переписки для решения целей и задач прессы позволило сделать письмо достоянием широкой аудитории, изменив частный характер данного жанра на массовый. Надо отметить, что не любое письмо может стать полноценным представителем данного жанра. Важно, чтобы письмо касалось актуальных проблем и тематик, которые имеют значение для широкой аудитории. Становление письма как независимого жанра журналистики обязательно должно пройти через процесс актуализации идей, обозначенных в письме для общества. Предпосылкой к формированию отдельного жанра письма стало появление различных агитационных материалов в форме листовок, прокламаций, агитаций и воззваний. В критические для общества периоды они являлись основным инструментом распространения информации и идеологии и носили адресный характер: это были своего рода письма, обращенные к представителям разных слоев и страт общества. Такие воззвания, листовки, прокламации публиковались и в газетах, что не прошло для журналистики бесследно [10].

Некоторые исследователи, говоря о письме как отдельном жанре, причисляют его к разряду эпистолярных медиатекстов. Важно отметить, что к разряду эпистолярной журналистики можно ошибочно отнести тексты из цикла «Письма в редакцию» или «Письма читателей» во множестве газет и журналов. Принадлежность к рубрике еще не определяет жанровую принадлежность текста, так как название раздела говорит читателю только лишь об источнике данного текста, о том, что он пришел по почте от одного из постоянных читателей, который не просто не является сотрудником редакции, но даже может не владеть элементарными навыками написания журналистского текста. Жанроформирующим фактором в письме является его структура, адресность и непринужденный стиль языкового оформления, но никак не принадлежность к рубрике. Этот факт, однако, не исключает автоматической принадлежности всех текстов, размещенных в рубриках «Письма в редакцию», к журналистскому жанру письма.

Как уже отмечалось ранее, письмо как отдельный жанр обладает специфическими характеристиками. Основной жанрообразующий признак – это адресность. Автор письма выстраивает свое повествование в форме непосредственного обращения к адресату. Это может быть как отдельно взятый человек, так и целая группа людей. Кроме того, автор письма ставит своей задачей побудить читателя к некоторым действиям в связи с предметом его повествования. Возможность письма быть не просто средством общения, но и инструментом эффективного воздействия на широкий круг читателей предопределяется рядом связанных с ним обстоятельств [4].

Во-первых, изначально доверительный характер письма как жанра разговорной речи, предопределил тот факт, что письмо, являясь достоянием широкого круга читателей, все еще остается носителем некоторой сокровенной, личной информации. Это позволяет автору убедить читателя в том, что и в журналистском произведении, оформленном в виде письма, будет вероятнее всего написано то, о чем действительно думает журналист.

Кроме того, жанр письма позволяет неограниченно использовать эмоционально окрашенные фразеологические конструкции и лексику, что дает возможность достичь эффективной коммуникации и взаимопонимания автора и читателя.

Наконец, письмо позволяет акцентировать на обсуждаемой проблематике именно тот круг аудитории, который в данном контексте необходим автору и изданию в целом. Именно эту особенность письма как ответа на конкретные ожидания определенного круга людей, публичную реакцию на поставленный вопрос или поднятую проблему, раскрывает сущность жанра как формы двухсторонней коммуникации. Учитывая, что в современных средствах массовой информации часто используются письма для обращения к элитарной части аудитории (представителям власти и общественных институтов) с целью привлечения их внимания и призыва к незамедлительной реакции, данный жанр становится связующим звеном между властью и обществом, помогающим здесь и сейчас разрешить наиболее остро стоящие проблемы.

Наконец, очень часто письмо в газете – это открытый вызов адресату, приглашение на открытую «арену», где он должен публично продемонстрировать свои профессиональные качества, к примеру, авторитет, мужество, интеллект, нравственную стойкость. Это привлекает читателей, держит их в состоянии напряженного ожидания, побуждает следить за каждым очередным номером газеты или журнала, в которых может появиться ответ на письмо, что усиливает воздействующую функцию публикации [10].

**Авторский совет**, также как и письмо, представляет собой своего рода реакцию на определенные информационные ожидания читателя. Это более специфичная форма коммуникации, которая состоит в ответе журналиста на конкретно поставленный вопрос, причем ответ непременно содержит рекомендации, инструкции,

разъяснения относительно того, как следует поступить при решении той или иной задачи. Автор такого текста выступает в роли эксперта, дающего наставление, план действий, разработанный специально для адресата с тем, чтобы подсказать ему наиболее подходящий, с позиции журналиста, способ решения проблемы. Это определено субъективный подход, который, тем не менее, довольно популярен среди обывателя. Авторский совет – это отражение персонального опыта, рассуждений или размышлений адресанта, передаваемых адресату с целью изменить его образ мыслей или действий, а также иногда – предупреждение адресата об опасности, предостережение, рекомендация, инструкция, профессиональная консультация.

По инициальному ходу советы можно классифицировать как испрашиваемые и навязываемые. В первом случае типичной для данного жанра становится структура «вопрос-совет». Испрашиваемый совет – это ответ на вопрос читателя, его обращение в редакцию и т.п. Навязываемый совет характеризуется отсутствием просьбы адресата о совете. Инициатива в данном случае исходит от адресанта, который считает своим долгом высказать свое мнение или оказать адресату помощь в решении его проблем [9, с. 10].

Итак, реализуя основную – коммуникативную – функцию массово-информационного дискурса, авторы современных печатных изданий используют множество различных жанров, образующих в совокупности сложную систему, в которой, в зависимости от назначения и на основе ряда признаков, они объединяются в группы. В настоящей статье была рассмотрена группа интерактивных жанров, особенностью которых является наличие двухсторонней коммуникации с читателем. Рассмотрев подробно особенности, функциональные характеристики и структуру жанров интервью, комментарий, вопрос-ответ, письмо и авторский совет, подведем следующие итоги:

1. Среди многообразия жанров системы средств массовой коммуникации выделяется разновидность интерактивных жанров, основной характерной чертой которых является установка на активное взаимодействие с аудиторией.

2. Для реализации основной функции – коммуникативной – авторы текстов интерактивных жанров в качестве материала выбирают не просто факт, событие или явление, а определенную проблему, вопрос или задачу, требующие анализа, многостороннего подхода и компетентного решения, структурируя его по схеме «вопрос-ответ» либо «реплика-комментарий».

3. Широкое присутствие в СМИ текстов интерактивного жанра отражает функциональную природу журналистики, призванную снабжать общество достоверной информацией о мире и происходящих в нем изменениях, способствовать свободному выражению мнения людей, содействовать утверждению в общественном сознании и общественной практике всеобщих ценностей, позволяя читателю стать основным действующим лицом происходящего.

#### Список литературы

1. Бичарова М. М., Васильева А. И. Дескриптивный жанр как форма подачи информации в современном массово-информационном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 2 (44): в 2-х ч. Ч. 2. С. 32-36.
2. Боков М. Б. Коммуникативная функция СМИ // Мониторинг. 2009. № 5 (93). С. 31-52.
3. Ворошилов В. В. Журналистика: учебник. 2-е изд. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2000. 360 с.
4. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. 431 с.
5. Корконосенко С. Г. Основы теории журналистики: учебник. СПб.: Знание, 1995. 242 с.
6. Михайлов Н. СМИ в эпоху глобализации: актуальные аспекты // Журналист. 2008. № 6.
7. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект-Пресс, 2002. 322 с.
8. Раренко М. Б. Речь в СМИ (Сводный реферат) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6. Языкознание: РЖ / РАН. ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания. М., 2008. № 4. С. 101-105.
9. Соловьева А. А. Речевой жанр «совет» в разных типах дискурса (на материале современного английского языка): автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2007. 18 с.
10. Тертычный А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (дата обращения: 25.05.2015).
11. Gotfried N. Kommentar und Betrachtung. Leipzig, 1981. 181 S.

#### THE INTERACTIVE GENRE AS A FORM OF A TWO-SIDED COMMUNICATION IN THE MASS-INFORMATIONAL DISCOURSE

Bicharova Mariya Mikhailovna, Ph. D. in Philology  
Kerimova Leila Valer'evna  
Astrakhan State University  
[valkirija@inbox.ru](mailto:valkirija@inbox.ru); [leyla-kerimova@mail.ru](mailto:leyla-kerimova@mail.ru)

The article reflects the results of the scientific-research work, conducted in line of the genre-discursive researches and devoted to the study of the diversity of the genre palette of mass media. The group of interactive genres, the peculiarity of which is in the presence of a two-sided communication with a reader, is examined. The authors of the variety of texts under study use a definite problem, a question or a task as a material, which require an analysis, a many-sided approach and a competent decision, structuring it according to the scheme “question-answer” or “remark-comment”.

*Key words and phrases:* mass-informational discourse; genre; typological classification of genres; interactive genres; material; method; format; pragmatics.