

Typology of the English Interview with Businessmen

Degtiarenko M.O.

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine)

In contemporary linguistics, considerable attention is paid to the study of the language of mass media which are characterised by the variety of genres, dynamics, and innovations of various types. In accordance with the genre, the channel of transferring the information and language of the presented texts, the materials analyzed in this paper belong to English interviews in both printed and digital media.

The aim of the article is to analyze the current typology of the English interview with businessmen.

Material and methods. *The sources of this research are the texts and scripts of English interviews with businessmen. Our method is classification of English interview texts according to different criteria. The methodological novelty of this study is the application of various approaches and criteria to the texts of English interviews with businessmen.*

Findings and their discussion. *In this article, the author considers the main approaches to classification of English interview with businessmen, makes an attempt to classify the interview texts by different criteria and outline current tendencies of development of the genre of interview, which influences the analysis of businessmen's communicative behaviour in the English mass media discourse.*

Conclusion. *«Mutation» and «convergence» of the traditional mass media result in diversification of sources of information and media genres. This article is an attempt to classify English interviews with businessmen by different criteria, according to the material of investigation. Different scholars' experience who worked on the classification of media genres both in journalism and linguistics was taken into account. Given the focus of our study, these criteria are adapted to its aims. We identified the criteria which most effectively define specificities of communicative behaviour of businessmen.*

Key words: *typology, interview genre, English discourse, communicative behaviour, interviewer, interviewee, respondent.*

Типология английского интервью с бизнесменами

Дегтяренко М.А.

*Институт филологии Киевского национального университета
имени Тараса Шевченко, Киев (Украина)*

В современной лингвистике, характеризующейся разнообразием жанров, инноваций различных типов и динамикой, значительное внимание уделяется изучению языка СМИ. В соответствии с жанром, каналом передачи информации и языком представленных текстов материалы, проанализированные в данной работе, относятся к англоязычным интервью как в печатных, так и в цифровых СМИ.

Цель статьи – определение актуальной типологии английского интервью с бизнесменами.

Материал и методы. *Источниками данного исследования являются тексты и сценарии англоязычных интервью с бизнесменами. Ключевой метод – классификация текстов интервью на английском языке по различным критериям. Методологической новизной данного исследования является применение разных подходов и критериев к текстам англоязычных интервью с предпринимателями.*

Результаты и их обсуждение. *В предлагаемой научной публикации рассматриваются основные подходы к классификации английского интервью с бизнесменами, предпринимается попытка классифицировать тексты интервью по различным критериям и очерчиваются современные тенденции развития жанра интервью, что влияет на анализ коммуникативного поведения бизнесменов в английском медиадискурсе.*

Заключение. *«Мутация» и «конвергенция» традиционных СМИ приводят к диверсификации источников информации и медиажанров. Данная статья представляет собой попытку*

классифицировать английские интервью с бизнесменами по разным критериям. Учитывается опыт различных ученых, работавших над классификацией медиажанров как в журналистике, так и в лингвистике. Определены те критерии, которые наиболее эффективно выявляют особенности коммуникативного поведения предпринимателей.

Ключевые слова: *типология, жанр интервью, английский дискурс, коммуникативное поведение, интервьюер, интервьюируемый, респондент.*