

9. Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля <http://encycl.yandex.ru/dict/dal/article/dal/03147/34800.htm?text>  
 10. Paczolay, Gyula. Proverbs and Reality <http://www.mek.iif.hu/porta/szint/tarsad/nyelvtud/proverbs/html/proverbs.htm>  
 11. Smith W.G. The Oxford Dictionary of English Proverbs. – Oxford: The University Press, 1980. – 930p.  
 12. Walker C. Scottish Proverbs. – Glasgow: Omnia Books Limited, 2000. – 335p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Юлія Абрамова – доцент кафедри перекладу Кременчуцького державного політехнічного університету ім. Михайла Остроградського.

*Наукові інтереси:* лінгвокультурологія, пареміологія, прагмалінгвістика.

**КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ РЕСПОНДЕНТА У ТЕКСТАХ-ІНТЕРВ'Ю  
СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ**

**Ганна АПАЛАТ (Кіровоград, Україна)**

*У статті розглянуто комунікативну стратегію респондента в текстах-інтерв'ю сучасної англійської преси (стратегію інформування), виокремлено неконфліктні та конфліктні комунікативні тактики та проаналізовано мовні засоби реалізації комунікативних тактик респондента.*

*The article focuses on the communicative strategy of the interviewee in the texts of interview in modern English press (the strategy of informing). The interviewee's tactics turn out to be cooperative and conflictive. The means of the language expression of the tactics are also analysed.*

Інтерес до вивчення певного типу тексту зумовлює необхідність виявити й описати його структурні, семантичні, прагматичні особливості та дискурсні характеристики. **Актуальність** теми визначається спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення тексту та дискурсу в комунікативно-прагматичному аспектах. **Предметом** аналізу статті є комунікативні стратегії і тактики респондента в текстах-інтерв'ю сучасної англійської преси. **Мета** статті розкрити специфіку взаємодії учасників комунікації в діалогічних текстах-інтерв'ю та описати комунікативні стратегії й тактики респондента.

**Матеріалом** дослідження слугували діалогічні тексти-інтерв'ю, надруковані в 90-х роках ХХ століття у Financial Times, The Guardian, The Wall Street Journal Europe, Newsweek, People, Time.

У текстах-інтерв'ю учасники комунікації переслідують свої явні (вербальні) і приховані комунікативні цілі, застосовуючи певні види комунікативних тактик, які є складовою частиною комунікативної стратегії мовця. Стратегія включає в себе планування побудови процесу мовленнєвої взаємодії залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію плану, тобто лінію бесіди. Стратегія – це весь комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення певної комунікативної мети.

Тактика мовленнєвого спілкування описує конкретні мовленнєві дії, що мають на меті досягнення впливу на іншого комуніканта на деякому етапі комунікації. Спрямованість різноманітних тактичних прийомів на досягнення певної комунікативної мети вибудовується у певну стратегію [2: 115; 5: 35; 7: 163; 8: 96; 9: 107-108; 10: 99].

Як правило, виділяють неконфліктні та конфліктні стратегії учасників комунікації. Під **неконфліктними** стратегіями розуміють сукупність тактичних ходів і прийомів, якими володіє мовець для досягнення глобальної стратегічної мети через кооперацію зі співрозмовником. Тактичні ходи і прийоми даної стратегії орієнтовані на співробітництво зі співрозмовником і мають на меті спільне (обом комунікантами) розв'язання завдань обміну інформацією або мовленнєвого впливу.

Під **конфліктними** стратегіями розуміють сукупність тактичних ходів і прийомів, які використовує мовець для досягнення своєї глобальної стратегічної мети через конфлікт із співрозмовником [1: 76; 11: 92-100].

У текстах-інтерв'ю респондент як правило підтримується стратегії інформування, яка може бути конфліктною або неконфліктною.

**Неконфліктна стратегія інформування** респондента пов'язана з бажанням респондента надати інформацію або повідомити про свої погляди з проблеми, що цікавить інтерв'юєра. Для реалізації цієї стратегії інтерв'юєр обирає такі тактики:

**Тактика прямої відповіді на запитання**, яка може поєднуватися із жартом, наприклад:

*Time: Will you ever get married again?*

**Franklin:** *Of course. I've already selected my gown. I'm just kidding. And then again, perhaps it's better not to be committed. I just see that women today are being abused so badly – verbally and physically – you wonder about getting married* (Time 02.03.1998).

У цьому тексті-інтерв'ю запит інтерв'юера стосується особистого життя респондентки. Його запитання про те, чи збирається респондентка заміж знову, має інтимний характер і може розглядатися як таке, що порушує принцип ввічливості [13] та максимуму такту [4: 217-237]. Відповідь респондентки супроводжується жартом про те, що вона вже підбрала собі сукню.

Тактика прямої відповіді на запитання, поєднана з жартом, допомагає респондентові “розрядити атмосферу” для того, щоб полегшити процес спілкування. Така тактика може бути реакцією на неприємне запитання та ходом стратегії “позитивної самопрезентації”.

В умовах комунікативного співробітництва респондент іноді надає інтерв'юєрові інформацію випереджаючого характеру: застосовує **тактику випереджувальної відповіді**. Випереджаючий характер відповіді зумовлюється явищем “інформаційного перестрибування”, яке пов'язане з опущенням питального речення та полягає у видачі “відповіді, що випереджує запитання” [6: 139-140]. Респондент ніби ставить себе на місце інтерв'юера, щоб встановити, яку додаткову інформацію щодо окресленої в запитанні ситуації (крім інформації, яка є предметом запиту) було б цікаво знати інтерв'юєрові [3: 18]. Випереджувальна відповідь респондента, як правило, має експланаторний характер.

**Shulman:** *Twelve years ago, you described cyberspace as a “consensual hallucination experienced daily by billions of legitimate operators.” Does this description still hold?*

**Gibson:** *It is still consensual, because so many people have given their consent. And it is a hallucination, but in a very particular way. If you were to turn on the radio one morning and hear Elvis Presley sing “Heartbreak Hotel,” you wouldn't break out in a cold sweat because you'd heard a dead man sing. Yet you would have just had an experience that would have been incomprehensible to your great-great-grandfather. When I wrote “Neuromancer,” I had no Internet to extrapolate from. If the phrase “virtual reality” had existed at the time, I probably would not have come up with several of the more colorful terms I used in the novel* (Newsweek 21.10.1996).

У вищенаведеному прикладі респондент не лише відповідає на запит, але й вмотивовує свою позитивну реакцію.

Іноді респондент на питання інтерв'юера не може або не бажає дати відповідь *Так* або *Ні*. Уникаючи прямої відповіді, респондент дає поширену відповідь, наприклад:

**Have the World Wide Web and MTV made us incapable of dealing with any idea that cannot be expressed in 20-second bursts?**

*In the 18th century we used to sit on wooden benches in unheated churches to listen to five-hour sermons on divine inspiration. If today some of those messages can be imparted and absorbed in 30 minutes or even 30 seconds, I appreciate that opportunity. Those who still wish to get the full five-hour version can find it in its fullness. Thanks to the Internet* (Newsweek 08.11.1999).

У вищенаведеному прикладі респондент обирає тактику поширеної відповіді, що є обґрунтуванням негативної відповіді на запит інтерв'юера. Респондент згадує, що у 18-му столітті люди сиділи на дерев'яних лавках у неопалюваних церквах і слухали п'ятигодинні проповіді про божественне натхнення. Він цінує можливість викласти і сприйняти інформацію за 30 хвилин або навіть за 30 секунд. Ті ж, хто бажає отримати повну п'ятигодинну версію, на думку респондента, можуть отримати її у повному обсязі завдяки Інтернету.

Вдаючись до експланаторної відповіді, респондент дає можливість інтерв'юєрові самому оцінити з погляду реальності чи достовірності пропозиційний зміст запитання, з яким інтерв'юєр звернувся до респондента.

Іноді респондент застосовує **тактику демонстрації власної здатності вести розмову**. Така тактика полягає в обміні ролями між комунікантами, тобто у припущенні респондентом можливості зміни своєї комунікативної ролі слухача на комунікативну роль мовця [11: 103], наприклад:

**How did the whole idea for Milton, the magazine, start?**

*Lorna: Last September we were sitting and talking, and Milton was telling Susan about – I hate to say “the good old days” – but the way things used to be. And she was very interested in the cocktails and the casinos.*

*Susan: And Milton was talking about gambling, too. He started giving me some tips, and I had no idea what he was talking about. I realized most people my age don't know how to play the traditional card games. Richard, my husband, even with all his big cigar nights, wasn't comfortable with his poker skills. There wasn't another magazine on the stands that addressed these things. We're trying to give practical tips. How to mix certain drinks, how to set up a party.*

*Berle: How to dress...*

*Lorna: ...and make people feel comfortable. Young people don't know how or when to tip the dealer. So they avoid the situation. That's why they stand at the slots. So we're out there flaunting our bad habits.*

*Berle: There are so many dos and don'ts today. Let's go back to our forefathers – or fivefathers, I don't think that our grandparents had to worry that you couldn't eat pickles with olives and drink at the same time. And they live to be much older. I had an uncle that died at 118 ... West 118th Street. My brother Phil is going to be 97. Tell the young man how you named it Milton. Wouldn't you like to know that? Well ... ask.*

*How did you come to name it Milton?* (People 27.10.1997).

У цьому інтерв'ю, відповідаючи на запит інтерв'юера (його репліки набрані жирним шрифтом) про те, як виникла загальна ідея журналу “Мільтон”, респонденти Лорна, С'юзан і Берл притримуються тактики прямої відповіді на запитання. Один із респондентів, Берл Мільтон, застосував тактику демонстрації власної здатності вести розмову. Ця тактика проявляється у тому, що респондент “обмінюється ролями з інтерв'юером”, тобто ставить запитання до інтерв'юера. Так, Берл звертається до іншого респондента, Лорни, з пропозицією розказати молодому чоловікові чому вона назвала журнал “Мільтон”, і до інтерв'юера з питанням, чи не хотів би він дізнатися про це. Інтерв'юер виконує прохання Берла і питає, як так сталося, що Лорна назвала журнал “Мільтон”. Таким чином, респондент керує інтерв'юером, спрямовуючи хід інтерв'ю.

На відміну від інтерв'юера респондент не завжди притримується неконфліктних стратегій. **Конфліктна стратегія інформування** пояснюється небажанням респондента надати інформацію або обговорювати певну проблему. У текстах-інтерв'ю така стратегія представлена тактиками:

**Тактика вказування на той факт, що питання недоречне** [11: 106-107; 12: 297], наприклад:

*Has your reputation suffered from this crisis?*

***I have not analyzed myself. That is not my priority. My priority is to resolve this situation*** (Newsweek 20.01.1997).

Іноді респондент використовує **тактику посилення на те, що інтерв'юер сам знає відповідь** (апеляція до власної мовленнєво-когнітивної бази питаючого) [див. 11: 106], наприклад:

*It's hard to watch you shoot up.*

*I didn't want to do that scene at all.*

*Why?*

*Oh, it's obvious. You only have to read your own magazine* (Newsweek 28.10.1996).

Не бажаючи обговорювати неприємну для себе тему респондентка, обирає тактику посилення на те, що інтерв'юер сам знає відповідь. Акторка, яка дає інтерв'ю, пропонує інтерв'юерові почитати власний журнал, що, напевне, є натяком на несхвальне висвітлення у цьому журналі сцени самогубства. Вказуючи на те, що інтерв'юер напевне сам знає відповідь на своє питання, респондентка уникає відповіді на прямий запит інформації.

Іноді респондент застосовує **тактику неповної відповіді на запитання**, наприклад:

*Me: “How are things going in the kitchen today?”*

*Him: “I had a few comments.”*

*Me: “What were they?”*

*Him: (Hesitates) “That's between me and the chef.”*

*Me: (Getting desperate) "How is The Collection these days?"*

*Him: "Very good" (Financial Times 20/21.02.1999).*

Така тактика демонструє небажання респондента підтримувати розмову на запропоновану тему. Про це свідчать мовленнєві ходи респондента, що є простими реченнями. Про те, що інтерв'юер залишився незадоволеним інформацією, яку повідомив респондент, свідчить запитання-відлуння *"What were they?"*, якого респондент уникає, вказуючи на його недоречність. Про незадоволення інтерв'юера відповіддю респондента свідчить також ремарка (*Getting desperate*), що супроводжує запитання про мережу ресторанів, які належать респондентові. Відповідь респондента *"Very good"* – приклад тактики неповної відповіді на запитання.

Притримуючись конфліктної стратегії інформування, респондент іноді використовує **тактику загальної відповіді** на питання, що потребує конкретної відповіді, наприклад:

*Time: Is President Jiang Zemin himself responsible for this?*

*Dalai Lama: We know there are two groups [in the Politburo], one moderate and one more hard-line, on Tibet (Time 25.01.1999).*

У цьому прикладі, реагуючи на прямий запит інтерв'юера, що потребує конкретної відповіді, респондент обирає тактику загальної відповіді, уникаючи конкретної, категоричної відповіді.

Респондент може застосовувати **тактику зустрічного запитання**, наприклад:

*Q: You've changed, have you?*

*AC: "Does your tabloid tell you how I used to crunch it all down and ..."*

*(The Guardian Europe 15.03.2000).*

Така тактика полягає не тільки у тому, що мовленнєвий хід респондента містить запитання, але й у тому, що запитання дозволяє йому "виграти час", ігноруючи запитання інтерв'юера.

Іншою конфліктною тактикою стратегії інформування є **тактика ігнорування змісту питання**, наприклад:

*Q: Alastair, I remember a long session in the Commonwealth Writing Room (another briefing room) when you weren't prepared to say yes to the question you said yes to George today about whether the tax burden has gone up in the years since you came into power. Isn't it fairly obvious to us that you now think the virtues of saying yes is to cheer up the heartlands of voters.*

*AC: Look, you've got the figures there, you've got the figures there*

*(The Guardian Europe 15.03.2000).*

У поданому мінімальному діалозі інтерв'юер для того, щоб отримати потрібну йому інформацію, обирає тактику "припущення", заявляючи, що на цей раз респондент вважає за краще сказати "так" з метою завоювати голоси виборців. Для респондента дане запитання неприємне, і він ігнорує його зміст. Вказуючи на те, що він вже задовольнив цікавість інтерв'юера, а саме: виклав усі цифри. Респондент намагається уникнути неприємного для нього запиту інформації, навіть у формі повторення того, що вже було сказано, але це не задовольняє інтерв'юера:

*Q: But you're answering it today. I just wondered why the change of strategy.*

*AC: It's not a change of strategy. I mean I know you sort of, I know you, oh anyway – just write what you want ... (The Guardian Europe 15.03.2000).*

Повторне ігнорування змісту запитання не дозволяє інтерв'юерові продовжувати цю тему.

Отже, у текстах-інтерв'ю кожен учасник комунікації застосовує певні види комунікативних тактик, які є складовою частиною комунікативної стратегії мовців. Респондент притримується стратегії інформування, яка може бути неконфліктною (пряма відповідь і демонстрація власної здатності вести розмову) або конфліктною (вказівка на недоречність запитання; посилання на те, що інтерв'юерові відома відповідь; неповна відповідь; загальна відповідь; зустрічне запитання та ігнорування змісту запитання).

Перспективою подальших розвідок у даному напрямку є дослідження аргументативних стратегій і тактик комунікантів у даному типі тексту, гендерні особливості аргументації.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Артеменко Т.Н. Прагматика и семантика инициального констативно-ответного микродиалога: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1991. – 186 с.
2. Бендешкая М.Е. Стратегии и тактики речевого убеждения // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докладов Международ. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: В 3 ч., Ч. 1. – Минск: Минск. гос. лингв. ун-т. – 2001. – С. 115-118.
3. Гедз С.Ф. Комунікативно-прагматичні особливості висловлювань з інтерогативним значенням у сучасній англійській мові: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1998. – 159 с.
4. Грайс Г.П. Логика и речевое общение: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс. – 1985. – Вып.16. Лингвистическая прагматика. – С.217-237.
5. Зинченко Я.Р. Коммуникативные стратегии в дискурсе Гельмута Коля // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докладов Международ. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: В 3 ч., Ч. 1. – Минск: Минск. гос. лингв. ун-т. – 2001. – С. 35-37.
6. Почепцов О.Г. Семантика и прагматика вопросительного предложения (на материале английского языка): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1979. – 173 с.
7. Семенцова І. Комунікативна стратегія як елемент теорії комунікації // Мовні концептуальні картини світу. Зб. наук. пр. – К.: Прайм-М. – 2002. – № 6. – С. 161-166.
8. Сысоева Т.А. Реализация стратегий автора в текстах массовой коммуникации // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докладов Международ. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: В 3 ч., Ч. 1. – Минск: Минск. гос. лингв. ун-т. – 2001. – С. 95-99.
9. Тарасова И.П. Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьез. – М.: Высшая школа, 1992. – 174 с.
10. Ухванова И.Ф., Маркович А.А. Тематические коммуникативные стратегии в дискурсе печатного издания Европарламента ‘Tribune Pour l’Europe’ // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докладов Международ. науч. конф., Минск, 3-4 мая 2001 г.: В 3 ч., Ч. 1. – Минск: Минск. гос. лингв. ун-т. – 2001. – С. 94-104.
11. Чайка Л.В. Питальні висловлювання у комунікативному аспекті (на матеріалі англ. мови): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1998. – 163 с.
12. Heritage J. Oh-prefaced responses to inquiry // Language in Society. – 1998. – Vol. 27, № 3. – P. 291-334.
13. Leech J.N. Principles of Pragmatics. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 250 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

Time 02.03.1998; 25.01.1999  
 Newsweek 21.10.1996; 28.10.1996; 20.01.1997; 08.11.1999  
 People 27.10.1997  
 Financial Times 20/21.02.1999  
 The Guardian Europe 15.03.2000

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

**Ганна Апалат** – старший викладач кафедри практики германських мов Кіровоградського державного педагогічного університету ім. Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* лінгвістика тексту – комунікативно-прагматичний та лінгво-когнітивний аспекти.

**МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ БАГАТОЗНАЧНИХ СЛІВ ЯК СПОСІБ  
 ВІДТВОРЕННЯ “МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ” В УКРАЇНСЬКИХ  
 ГОВІРКАХ**

**Надія АШИТОК (Дрогобич, Україна)**

*Моделі формування багатозначних слів недостатньо досліджені у науковій літературі. У статті робиться спроба усунути цю прогалину на матеріалі українських діалектів. Особлива увага приділяється аналізу моделі “назва тварини – назва людини за ознакою характеру”. При аналізі даної моделі здійснювалось порівняння семантичного розвитку назви тварини не тільки у східнослов'янських, але й інших індоєвропейських мовах.*

*Polysemantic word forming models are not enough investigated in scientific literature. In this article an attempt has been made to make up for a deficiency on the basis of Ukrainian dialects. Special attention is paid to the analysis of such a model “name of animals – name of a person by character”. While analyzing this problem there's been made a comparison of semantic development of name of animals not only in East European but also in other Indo-European languages.*

Перенесення назв з одного референта на інший розглядались у мовознавчих працях здавна і переважно як стилістичний засіб, як засіб вторинної номінації, рідше – як спосіб формування мовної картини світу, що виникає внаслідок когнітивного маніпулювання уже відомими словами з метою позначення нових концептів. Аналіз лексико-семантичних моделей за референтною співвіднесеністю, що й здійснюється у даній роботі, набуває більш ґрунтового значення на фоні теорій про залежність формування мовних систем від своєрідності сприйняття етнокультурними спільнотами навколишнього світу. У мовній картині світу реалії зовнішнього світу зіставляються з важливими сторонами внутрішнього людського буття. Показовими в аспекті метафоричного сприймання є, зокрема, тварини, діалектні назви яких розглядаються у статті.