

Keywords: speech genre, riddle, communicative force, strategy, tactic, ambiguity, word stress, homophone.

Анотація

Стаття досліджує питання використання комунікативних стратегій і тактик в мовленнєвих жанрах сучасної англійської мови на матеріалі загадок. Актуальність роботи відповідає основній тенденції сучасного мовознавства – усвідомленню визначальної ролі людського чинника в мові. Новизна роботи пов'язана з пошуком мовних засобів вербалізації комунікативних стратегій та тактик загадки як мовленнєвого жанру, а також тим, що в ній здійснено комплексний аналіз різнорівневих мовних засобів вираження загадки в англійській етнолінгвокультурі. Використовуючи положення класичної семантики, фольклористики та комунікативної лінгвістики, автор окреслює власне бачення мовленнєвого жанру, аналізує комунікативну силу та структуру англійських загадок з позиції теорії мовленнєвих жанрів, досліджує комунікативні стратегії і тактики англійських загадок.

Ключові слова: мовленнєвий жанр, загадка, комунікативна сила, стратегія, тактика, двозначність, наголос, омофон.

Аннотация

Статья исследует вопрос использования коммуникативных стратегий и тактик в речевых жанрах современного английского языка на материале загадок. Актуальность работы соответствует основной тенденции современного языкознания – осознанию определяющей роли человеческого фактора в языке. Новизна работы связаны с поиском языковых средств вербаллизации коммуникативных стратегий и тактик загадки как речевого жанра, а также с тем, что в ней выполнен комплексный анализ разноуровневых языковых средств выражения загадки в английской этнолингвокультуре. Используя положения классической семантики, фольклористики и коммуникативной лингвистики, автор очерчивает собственное видение речевого жанра, анализирует коммуникативную силу и структуру английских загадок с позиции теории речевых жанров, исследует коммуникативные стратегии и тактики английских загадок.

Ключевые слова: речевой жанр, загадка, коммуникативная сила, стратегия, тактика, двузначность, ударение, омофон.

УДК 81'42+811.11

Саламатіна О. О.,
кандидат філологічних наук,
Миколаївський національний
аграрний університет

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ СТРАТЕГІЇ РЕСПОНДЕНТА У СУЧАСНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ІНТЕРВ'Ю (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ ТА АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ)

Сучасне мовознавство характеризується тенденцією до лінгвістичного вивчення текстів преси різних жанрів як одного з головних джерел одержання інформації суспільством: газетного спортивного дискурсу (А. В. Кікало [7]), науково-технічного реферату (В. Ю. Миронова [8]), діагностичних новин (D. Maynard [21]) тощо. Однак саме інтерв'ю вважається одним із найяскравіших мовленнєвих жанрів узагалі та публіцистичних зокрема, що сприяють поширенню соціальної інформації на масову й дистантно розташовану аудиторію і мають чітко виражену комунікативну організацію та прагматичний потенціал.

Останнім часом об'єктом аналізу були експресивні, емотивні й оцінні характеристики публіцистичного інтерв'ю (К. В. Олександренко [9], В. Volek [23]); функціонально-стилістичні особливості інтерв'ю преси (М. П. Подолян [10], В. І. Провоторов [11], Г. Я. Солганік [13], S. Heusinger [20], Ü. Püschel [22]), зокрема у співвідношенні з іншими типами дискурсу (Т. В. Бухінська [5], W. Fleischer [19]); лінгвокогнітивні ознаки публіцистичного інтерв'ю (Л. Р. Безугла [2], S. Felix [18]).

Попри наявність різноаспектних досліджень окремих особливостей інтерв'ю преси в низці лінгвістичних традицій у мовознавстві й дотепер залишається нерозв'язаною проблема аналізу лінгвоспецифіки публіцистичного інтерв'ю як мовленнєвого жанру з урахуванням його комунікативно-прагматичних ознак. Саме це і зумовило вибір теми даної роботи, що ґрунтується на матеріалі сучасної німецькомовної та англомовної преси.

Оскільки у текстах інтерв'ю інтерв'юер та респондент переслідують свої явні та приховані цілі, вони вимушені використовувати певні прагматичні стратегії, кожна з яких складається з низки мовленнєвих тактик, що сприяють дотриманню цих стратегій під час інтерв'ю. Прагматична стратегія визначається як планування побудови процесу мовленнєвої взаємодії залежно від конкретних умов спілкування й особистостей інтерв'юера та респондента [15, 107].

Тактика мовленнєвого спілкування виражається у конкретних мовленнєвих діях, що мають за мету здійснення впливу на іншого учасника комунікації на певному етапі інтеракції. Спрямованість різноманітних тактичних прийомів на досягнення певної прагматичної мети вибудовується у мовленнєву стратегію [12, 163; 14, 96; 16, 99].

Аналіз інтерв'ю сучасної німецькомовної та англомовної преси дозволив виокремити дві мовленнєві стратегії, що паралельно застосовує респондент під час інтерв'ю: мовленнєва стратегія надання інформації та мовленнєва стратегія вираження точки зору.

Дослідження продемонструвало, що вказані стратегії можуть бути неконфліктними [3, 115; 6, 35] або конфліктними [1, 76; 17, 92] у залежності від того, яким способом респондент здійснює взаємодію з інтерв'юером: за допомогою кооперації чи через конфлікт. Це вимагає розглянути особливості вживання стратегій респондента на прикладі інтерв'ю сучасної німецькомовної та англомовної преси, а також визначити загальні характеристики мовленнєвих тактик, які використовуються ним для досягнення своєї прагматичної мети.

Неконфліктна мовленнєва стратегія надання інформації респондентом пов'язана з бажанням респондента надати інформацію з проблеми, що цікавить інтерв'юера. Для реалізації цієї стратегії інтерв'юер використовує декілька тактик.

Тактика **“direkte Antwort” / “direct answer”** (“пряма відповідь”) вживається у всіх досліджуваних інтерв'ю сучасної німецькомовної та англомовної преси, наприклад:

– *Last week Prime Minister Netanyahu unveiled a new peace plan. What do you think of it?*

– *It's a flagrant breach of the peace agreements signed with the Israelis* (Newsweek, 16.06/2007).

У наведеному прикладі для реалізації своєї прагматичної стратегії респондент обрав тактику “пряма відповідь”. У даному випадку – це реакція на квеситивний мовленнєвий акт, який є запитом власне інформації.

У деяких випадках вона може поєднуватися з жартом:

– *Schmeichelt es Ihnen, wenn Sie mit Ihrem Landsmann Helmut Kohl, der auch lange unterschätzt wurde, verglichen werden?*

– *(Lacht). Na, da fehlen mir doch noch einige Kilo. Aber im Ernst: Der Vergleich schmeichelt mir nicht besonders* (Bunte, 21/2007).

Тактика “пряма відповідь”, поєднана з жартом, допомагає респондентові полегшити процес спілкування. У пропонованому мінімальному діалозі вона є реакцією на неприємне запитання і тактичним ходом стратегії “позитивна самопрезентація”.

У деяких випадках респондент на запитання інтерв'юера не може або не бажає дати відповідь “так” або “ні”, він використовує тактику “**verbreitete Antwort**” / “**unwrapped answer**” (“поширена відповідь”), відповідаючи більш докладно, 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, 08.11/2009).

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'юерові самому оцінити з погляду реальності чи достовірності пропозиційний зміст запитання, з яким інтерв'юер звернувся до респондента.

Іноді респондент застосовує тактику “**die Verwaltung**” / “**management**” (“керування”). У текстах інтерв'ю сучасної німецькомовної та англomовної преси така тактика полягає в обміні ролями між інтерв'юером та респондентом, тобто у припущенні респондентом можливості зміни ролі слухача на роль мовця [14, 103], наприклад:

– *Was muß der Kandidat haben?*

– *Darf ich erklären? Die Fähigkeit, dieses Amt zu führen, Erfahrung, Durchsetzungsfähigkeit und ein Gespür für Menschen und ihre Probleme* (Politische

Studien, 2/2001).

У запропонованому мінімальному діалозі респондент застосовує тактику “керування”, що виражається риторичним запитанням, яке використовується для введення нової інформації, що збирається повідомити мовець. Респондент просить дозволу пояснити свою думку. Питання *Darf ich erklären?* апелює до зацікавлення співрозмовника з метою привернути його увагу до наступного повідомлення. Респондент бажає обґрунтувати свою відповідь, надати якомога більше інформації про себе.

Аналіз інтерв'ю сучасної німецькомовної та англійської преси показав, що тактика “керування” більш-менш поширена у текстах інтерв'ю, але у межах одного тексту респондент, зазвичай, обирає цю тактику лише в одній мінімальній діалоговій одиниці, що пояснюється соціальними ролями учасників інтеракції та інституційною природою інтерв'ю преси.

Як зазначалося вище, на відміну від інтерв'юера респондент не завжди дотримується неконфліктних мовленнєвих стратегій. Розглянемо **конфліктну мовленнєву стратегію надання інформації**. Її використання пояснюється небажанням респондента надати інформацію або обговорювати певну проблему. У текстах інтерв'ю вона представлена декількома тактиками.

Тактика **“die Verweisung auf die ungehörige Frage” / “instructions on irrelevance of a question”** (“зазначення недоречності запитання”):

- *Hat Ihre Reputation im Ergebnis der Publizität gelitten?*
- *Ich denke jetzt nicht daran. Meine Aufgabe ist mich zu bemühen, das entstehende Problem erfolgreich zu entscheiden* (Österreich Spiegel, 3/2009).

В аналізованому мінімальному діалозі реакція респондента на прямий запит інформації конфліктна. Ухиляючись від прямої відповіді на запитання про вплив оприлюднення проблеми на його репутацію, респондент зазначає, що питання не є доречним у наявній ситуації (“не за адресою”). Про це свідчить заперечне речення.

Іноді респондент застосовує тактику **“kurze Antwort” / “short answer”** (“коротка відповідь”), відповідаючи “так” або “ні” на запитання інтерв'юера, наприклад:

- *Do you believe, that the visitors of our National Park will display the keen interest?*
- *Yes, I do* (The Times Magazine 22.12/2001).

Така тактика демонструє небажання респондента продовжувати розмову на запропоновану тему. Про це свідчить мовленнєвий хід респондента, що є простим реченням. Інтерв'юер не може бути задоволеним такою відповіддю, оскільки очікує на детальний опис національного парку та його розважальних програм.

Як свідчить аналіз досліджуваних інтерв'ю сучасної німецькомовної та англійської преси, інтерв'юер може застосовувати тактику **“die Gegenfrage” / “counter question”** (“зустрічне запитання”), наприклад:

- *Are you happy now?*
- *And you?* (Financial Times 03.11/2000)

Така тактика полягає не лише у тому, що мовленнєвий хід респондента

містить запитання, але й у тому, що зустрічне запитання дозволяє йому проігнорувати питання інтерв'юера. У наведеному прикладі ця тактика вказує на небажання респондента давати відповідь на запитання інтимного характеру; він намагається віддалити момент відповіді на небажане запитання.

Іншою конфліктною тактикою стратегії надання інформації є тактика **“das Ignorieren” / “ignoring”** (“ігнорування”):

– *Wo würden Sie denn eine Kompromißlinie sehen, wenn es zu solchen direkten Verhandlungen käme?*

– *Es wäre nötig <...> dringend nötig, daß der Iran und die USA in direkten Kontakt treten* (Die Presse, 22.4/2000).

У пропонованому прикладі респондент не знає відповіді на запитання інтерв'юера, а тому повторює те, що вже було сказано.

Мовленнєва стратегія вираження точки зору застосовується респондентом як реакція на прихований запит інформації. Реагуючи на мовленнєвий хід інтерв'юера, респондент висловлює точку зору-ставлення до оцінки інтерв'юером або іншими особами певної ситуації або точку зору-пояснення причин, явищ і фактів, викладених інтерв'юером.

Неконфліктна стратегія вираження точки зору представлена кількома мовленнєвими тактиками.

Тактика **“direkte Korellation” / “direct consent”** (“пряма кореляція”) відображає повний збіг цілей партнерів з діалогу й інформаційних обсягів реплік інтерв'юера та респондента:

– *Zudem sollen Küsse stärker als Morphinum wirken. Diese Wirkung ergibt sich aus dem entkrampfenden Effekt des Küssens und den freigesetzten Endorphinen.*

– *Und Eskimos küssen generell nur auf Körperstellen, um die Schmerzen zu lindern* (Live, 4/2007).

У наведеному прикладі репліку інтерв'юера можна розглядати як прихований запит підтвердження правильності інформації. Репліка респондента виражає підтвердження і відбиває правильність інформації інтерв'юера. Крім того, у репліці респондента відбувається не лише збіг інформаційного обсягу обох реплік, але і звуження інформації, поданої у вихідній репліці, з метою конкретного вираження її змісту, що задовольняє максимуму повноти інформації.

Тактика **“die Erklärung” / “explanation”** (“пояснення”) передбачає пояснення респондентом змісту вихідної репліки інтерв'юера, наприклад:

– *All your songs are about Love.*

– *Love is the most important thing in my life. And my marriage has proved it* (Financial Times 03.11/2000).

В аналізованому мінімальному діалозі респондент висловлює пояснення явища, на яке вказує інтерв'юер.

Таке пояснення може конкретизувати зміст вихідної репліки інтерв'юера або узагальнювати його, наприклад:

– *Darmstadt ist Ihre Lieblingsstadt...*

– *Ja, ich komme aus dieser Stadt der Künste und der Wissenschaften. Die*

Technische Universität, die Fachhochschule und die zahlreichen Forschungsinstitute machen Darmstadt zur Wissenschaftsstadt erster Güte (Deutschland, 5/2004).

У цьому прикладі респондент обирає тактику **“konkretisierte Erklärung” / “concretising explanation”** (“конкретизуюче пояснення”). Конкретизуюча кореляція встановлюється між об’єктними номінаціями (рідне місто Дармштадт: місто мистецтв та наук...).

Розглянемо ще один приклад:

– *When you were called a moral historian, I think what was also meant was that there is a sense of morality running through your work.*

– *Good writers have to be moralists. You must have values. Without values you can't write. I can't think of a good writer who has not been a moralist (Newsweek, 16.03/2008).*

У наведеному мінімальному діалозі респондент використовує тактику **“verallgemeinerte Erklärung” / “generalising explanation”** (“узагальнююче пояснення”). Вона встановлюється між суб’єктними номінаціями шляхом заміни особового займенника *you* на іменник із узагальнюючим значенням *good writers*.

Конфліктна мовленнєва стратегія вираження точки зору також представлена низкою тактик.

Під час спілкування позиції інтерв’юера та респондента нерідко виявляються протилежними. Під тактикою **“die Entgegensetzung” / “opposition”** (“протиставлення”) розуміють такий вид діалогічної взаємодії, за яким окремі елементи відповіді протиставляються окремим елементам вихідної репліки на основі ототожнення більшості елементів, що входять в обидві репліки [1, 93]. У сфері протиставлення реалізуються тактики **“vollständige Nichtübereinstimmung” / “full discrepancy”** (“повна невідповідність”) і **“teilweise Nichtübereinstimmung” / “partial discrepancy”** (“часткова невідповідність”).

Тактика “повна невідповідність” виражає діаметральну протилежність явищ, про які йде мова в ініціальной та реагуючій репліках, респондент повністю не погоджується з твердженням інтерв’юера, наприклад:

– *Aber er hat sich aufgegeben und die Therapie abgebrochen!*

– *Nein, das ist totaler Quatsch (Gala, 43/2006).*

У цьому прикладі респондент обирає тактику “повна невідповідність”, що знайшла відображення у заперечному реченні *Nein, das ist totaler Quatsch*.

Репліка респондента може виражати часткову незгоду, при цьому накладається обмеження на абсолютну істинність повідомлення інтерв’юера, наприклад:

– *Sie haben eine Aktion zur Rettung der Verfassung gemacht: ein Sondertreffen der EU-Außenminister einberufen.*

– *Das ist keine Aktion zur Rettung der EU-Verfassung. Es wird hier während der österreichischen Präsidentschaft sicher keine Lösung geben. Dafür ist die Diskussion in zu vielen Mitgliedstaaten noch nicht ausgereift genug. Beim Sondertreffen wollen wir den Europäischen Rat im Juni vorbereiten und Zukunftsfragen besprechen (Die Presse, 6.4/2000).*

Оскільки респондент запропонованого інтерв'ю не повністю погоджується з інтерв'юером, він використовує тактику “часткова невідповідність”, фіксуючи увагу на деталях, які він вважає неправильними, і застосовує заперечне речення. У наведеному прикладі респондент хоча і не заперечує факту зустрічі міністрів зовнішньої політики, але й не вважає цей захід акцією порятунку конституції ЄС, тобто заперечення респондента є частковим.

Тактика **“die Erklärung der Uneinigkeit” / “disagreement explanation”** (“пояснення незгоди”) респондента пояснює, чому саме респондент не погоджується з твердженням інтерв'юера, негативно ставиться до його позиції з певних питань інтерв'ю, наприклад:

- *You have spoken too much about death.*
- *You have misunderstood me. I have only mentioned that I am afraid of death. I'm not going to die, I'm happy to live* (The Times 30.05/2001).

У цьому прикладі респондент також використовує тактику “пояснення незгоди” з повідомленням інтерв'юера. Так, думку про те, що респондента не зрозуміли, підтримано аргументами: *I have only mentioned that I am afraid of death*. Він не сказав, що хоче померти, лише згадав, що боїться смерті. Він дуже щасливий жити.

Конфліктна мовленнєва стратегія вираження точки зору може реалізовуватися за допомогою тактики **“verschobene Antwort” / “displaced answer”** (“зміщена відповідь”), яка пов'язана з вимушеною чи невимушеною неадекватною інтерпретацією комунікативного наміру інтерв'юера і пропозиційного змісту вихідної репліки. Результатом неадекватності інтерпретації є порушення логічного ходу діалогу, пов'язане з незацікавленістю респондента підтримувати розмову на запропоновану тему:

- *Die Zeitschrift “Bunte” berichtet, daß Sie Ihrem Vater 10000 Dollar monatlichen Lohnausfall zahlen. Er gab seinen Job auf, um Ihnen aus der Krise zu helfen.*
- *Die Journalisten können das nicht wissen. Sie verfügen über die genauen Informationen nicht* (Gala, 37/2004).

У цьому прикладі респондент використовує тактику “зміщена відповідь”. Її реакція спрямована на кваліфікативну пресуппозицію осіб, чие повідомлення наводить інтерв'юер (журналісти журналу “Bunte”), тобто респондент (Брітні Спірс) дискредитує їх як експертів із визначеної проблеми: на її думку, журналісти “Bunte” не можуть знати зазначених фактів, оскільки не мають точної та достовірної інформації.

Тактика **“die Verweisung auf die ungehörige Aussage” / “instructions on irrelevance of the statement”** (“зазначення недоречності висловлювання”) вказує на недоречність та абсурдність змісту репліки інтерв'юера. Метою респондента є припинення розмови на певну тему або зміна характеру її спрямування, наприклад:

- *Der Außenminister hat gesagt, daß dieses Abkommen eine Bedingung der Verhandlungen wird.*

– *Sie können nicht erwarten, daß wir mittels der deutschen Periodika verhandeln werden. Es soll zwischen uns und dem Außenminister gemacht sein* (Der Spiegel, 16/2008).

Репліка респондента вказує на те, що він не погоджується з твердженням інтерв'юера, вважає його репліку недоречною: на думку респондента, не можна очікувати, що він буде вести переговори на сторінках німецьких видань. Таким чином респондент намагається змінити перспективу розмови.

Як свідчить фактичний матеріал, іноді респондент дотримується тактики **“das Schweigen” / “silence”** (“мовчання”). Під “мовчанням” розуміють комунікативно значуще мовчання, яке виконує певну знакову функцію у вербальній комунікації [4, 12], наприклад:

- *Probably you have already thought of the child.*
- *[Laughter]* (People 29.12/2004–05.01/2005).

У пропонованому прикладі мовчання означає небажання респондента передчасно поширювати інформацію про свої плани на майбутнє, що зрозуміло для інтерв'юера. До того ж мовчання певним чином підтверджує репліку інтерв'юера.

Слід зазначити, що у досліджуваних текстах інтерв'ю сучасної німецькомовної та англomовної преси тактика “мовчання” застосовується рідко, що свідчить про нехарактерність цієї мовленнєвої тактики для такого типу дискурсу.

Отже, у текстах-інтерв'ю респондент дотримується неконфліктних або конфліктних стратегій спілкування, що залежить від бажання чи небажання надати інтерв'юеру суспільно важливу інформацію, а також від позитивного чи негативного ставлення до репліки інтерв'юера. Залежно від своєї комунікативної мети він обирає мовленнєву стратегію надання інформації або стратегію вираження точки зору, кожна з яких виражена групою тактик. Стратегія надання інформації інтерв'юеру представлена такими неконфліктними тактиками: “пряма відповідь”, “поширена відповідь”, “керування” та конфліктними тактиками: “зазначення недоречності запитання”, “коротка відповідь”, “зустрічне запитання” та “ігнорування”. Стратегію вираження точки зору респондента відображають неконфліктні мовленнєві тактики: “пряма кореляція”, “пояснення”, яка включає “конкретизуюче пояснення” та “узагальнююче пояснення”, а також конфліктні тактики: “протиставлення”, “повна невідповідність”, “часткова невідповідність”, “пояснення незгоди”, “зміщена відповідь”, “зазначення недоречності висловлювання” та “мовчання”. Всі тактики, застосовані респондентом, спрямовані на реалізацію його комунікативного наміру та прагматичної настанови.

Одержані результати дослідження можуть бути використані для подальших розвідок у мовознавстві щодо комунікативно-прагматичних особливостей текстів різних типів.

Література

1. Артеменко Т. Н. Прагматика и семантика инициального констативно-ответного микродиалога : автореф. дисс. ... к. филол. н. : 10.02.04 “Германские языки” / Т. Н. Артеменко. – К., 1991. – 20 с.

2. Безугла Л. Р. Когнітивно-прагматичні характеристики імпліцитних смислів у німецькомовному дискурсі : дис. ... д. філол. н. : 10.02.04 "Германские языки" / Л. Р. Безугла. – Харків, 2008. – 428 с.
3. Бендецкая М. Е. Стратегии и тактики речевого убеждения / М. Е. Бендецкая // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. науч. конф., 3–4 мая 2001 г. : [тезисы докл.]. – Минск, 2001. – С. 115–118.
4. Богданов В. В. Молчание как нулевой речевой акт и его роль в вербальной коммуникации / В. В. Богданов // Языковое общение и его единицы : [межвуз. сб. науч. тр.]. – Калинин : Калининск. гос. ун-т, 1986. – С. 12–17.
5. Бухінська Т. В. Розмір та частота вживання різних типів речень у німецькій мові (на матеріалі художньої прози та публіцистики) : дис. ... к. філол. н. : 10.02.04 "Германські мови" / Т. В. Бухінська. – Чернівці, 2007. – 250 с.
6. Зинченко Я. Р. Коммуникативные стратегии в дискурсе Гельмута Коля / Я. Р. Зинченко // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. научн. конф., 3–4 мая 2001 г. : [тезисы докл.]. – Минск, 2001. – С. 35–37.
7. Кікало А. В. Комунікативно-прагматичні особливості спортивного тексту французької преси : дис. ... к. філол. н. : 10.02.05 "Романські мови" / А. В. Кікало. – Ужгород, 1995. – 154 с.
8. Миронова В. Ю. Лингвистическая характеристика речевого жанра научно-технического реферата (на материале немецких научно-технических реферативных журналов) : автореф. дисс. ... к. филол. н. : 10.02.04 "Германские языки" / В. Ю. Миронова. – М., 1975. – 20 с.
9. Олександренко К. В. Екстралінгвістичні фактори створення експресивності у газетній комунікації / К. В. Олександренко // Актуальні проблеми філології та перекладознавства : [зб. наук. пр.]. – Хмельницький : ХНУ, 2007. – Вип. 3. – С. 94–96.
10. Подолян М. П. Публіцистика як система жанрів / М. П. Подолян. – К. : Наукова думка, 1998. – 220 с.
11. Провоторов В. И. Очерки по жанровой стилистике текста (на материале немецкого языка) / Провоторов В. И. – Курск : РОСИ, 2001. – 288 с.
12. Семенцова І. М. Комунікативна стратегія як елемент теорії комунікації / І. М. Семенцова // Мовні концептуальні картини світу : [зб. наук. пр.]. – К. : Прайм-М, 2002. – № 6. – С. 161–166.
13. Солганик Г. Я. К проблеме классификации функциональных стилей на интралингвистической основе / Г. Я. Солганик // Основные понятия и категории лингвистилистики : [межвуз. сб. научн. тр.]. – Пермь : Пермский ун-т, 1982. – С. 43–52.
14. Сысоева Т. А. Реализация стратегий автора в текстах массовой коммуникации / Т. А. Сысоева // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. науч. конф., 3–4 мая 2001 г. : [тезисы докл.]. – Минск, 2001. – С. 95–99.
15. Тарасова И. П. Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьёз / И. П. Тарасова. – М. : Высшая школа, 1992. – 174 с.
16. Уханова И. Ф., Маркович А. А. Тематические коммуникативные стратегии в дискурсе печатного издания Европарламента "Tribune Pour l'Europe" / И. Ф. Уханова, А. А. Маркович // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. науч. конф., 3–4 мая 2001 г. : [тезисы докл.]. – Минск, 2001. – С. 94–104.
17. Чайка Л. В. Питальні висловлювання у комунікативному аспекті (на матеріалі англійської мови) : дис. ... к. філол. н. : 10.02.04 "Германські мови" / Л. В. Чайка. – К., 1998. – 165 с.
18. Felix S. W., Habel C., Rickheit G. Kognitive linguistik : repräsentation und prozesse / S. W. Felix, C. Habel, G. Rickheit. – Opladen : Westdt. Verl., 2004. – 320 s.
19. Fleischer W., Michel G., Starke G. Stilistik der Deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer, G. Michel, G. Starke. – Frankfurt am Main ; Berlin ; Bern : Peter Lang, 1996. – 341 s.
20. Heusinger S. Texterzeugung, textanalyse ; stilgestaltung und stilwirkungen in der sprachlichen kommunikation / S. Heusinger. – Frankfurt am Main : Lang, 1995. – 162 s.

21. Maynard D. W. The perspective-display series and the delivery and receipt of diagnostic news / D. W. Maynard // *Talk and Social Structure* / [ed. by D. Boden and D. H. Zimmerman]. – Cambridge : Polity Press, 1991. – P. 164–192.
22. Püschel Ü. Die Zeitung – das altjunge Medium / Ü. Püschel // *Kommunikation und Lernen mit alten und neuen Medien* / [unter Leitung von B. Rüschoff, U. Schmitz]. – Frankfurt ; M. : Peter Lang, 1996. – S. 28–38.
23. Volek B. Die Kategorie der Emotionalität in der Sprache / B. Volek // *Papiere zur Linguistik*. – 1977. – № 18. – S. 123–148.

Анотація

Стаття присвячена розкриттю специфіки взаємодії учасників комунікації в сучасному публіцистичному інтерв'ю. Шляхом аналізу інтерв'ю сучасної німецькомовної та англійської преси виокремлено неконфліктні та конфліктні стратегії респондента: мовленнєву стратегію надання інформації та мовленнєву стратегію вираження точки зору, які залежать від бажання чи небажання надати інтерв'юєру суспільно важливу інформацію. На прикладі німецької та англійської мов охарактеризовано тактики респондента (складові стратегій), які спрямовані на реалізацію комунікативного наміру та прагматичної настанови респондента.

Ключові слова: дискурс, інтеракція, інтерв'юєр, комунікативний намір, мовленнєва тактика, прагматична настанова, прагматична стратегія, респондент.

Аннотация

Статья посвящена раскрытию специфики взаимодействия участников коммуникации в современном публицистическом интервью. Путем анализа интервью современной немецкоязычной и англоязычной прессы выделены неконфликтные и конфликтные стратегии респондента: речевая стратегия предоставления информации и речевая стратегия выражения точки зрения, зависящие от желания или нежелания предоставить интервьюеру общественно важную информацию. На примере немецкого, английского языков охарактеризованы тактики респондента, которые направлены на реализацию коммуникативного намерения, прагматической установки респондента.

Ключевые слова: дискурс, интеракция, интервьюер, коммуникативное намерение, речевая тактика, прагматическая установка, прагматическая стратегия, респондент.

Summary

The article reveals the communicators' interaction specificity in modern publicistic interview. By analysis of the interviews in the modern German-language and English-language press the respondent's peaceful and conflict strategies are determined: the speech strategy of information granting and the point of view expression which depend on desire or unwillingness to give the socially important information to the interviewer. With the help of German and English languages the respondent's speech tactics, aimed at realizing his communicative intention and pragmatic objective have been characterized.

Keywords: discourse, interaction, interviewer, communicative intention, speech tactics, pragmatic objective, pragmatic strategy, respondent.