

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ПРОКОПЕНКО АНТОНІНА ВАДИМІВНА



УДК 811.111'42 (73) (043.3)

**ІНТЕРВ'Ю В ПЕРЕДВИБОРЧОМУ АМЕРИКАНСЬКОМУ ДИСКУРСІ:
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА КОМУНІКАТИВНО-
ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Донецьк – 2013

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі теорії та практики перекладу Сумського державного університету Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент
МЕДВІДЬ Олена Миколаївна,
Сумський державний університет,
доцент кафедри теорії та практики перекладу.

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
САМОХІНА Вікторія Опанасівна,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна,
завідувач кафедри англійської філології;

кандидат філологічних наук, доцент
АНОХІНА Тетяна Олександрівна,
Київський національний лінгвістичний
університет,
докторант кафедри теоретичної і прикладної
лінгвістики та новогрецької філології.

Захист відбудеться «20» листопада 2013 р. об 11⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 11.051.04 у Донецькому національному університеті за адресою: 83001, м. Донецьк, вул. Університетська, 24.

Із дисертацією можна ознайомитися в науковій бібліотеці Донецького національного університету (83001, м. Донецьк, вул. Університетська, 24).

Автореферат розісланий «17» жовтня 2013 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



к.філол.наук, доц. І. Г. Альошина

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Рефероване дисертаційне дослідження, що виконане у руслі робіт, метою яких є вивчення проблем політичної лінгвістики, презентує інтегрований аналіз структурно-семантичного та комунікативно-прагматичного аспектів тексту політичного інтерв'ю (ПІ), де виявляються домінуючі типологічні характеристики ПІ, розкриваються характерні особливості мовлення політдіячів (ПД) у форматі передвиборчого американського дискурсу, знання яких є важливим для ефективної інтерпретації англомовного медіаполітичного дискурсу (МПД).

Американський передвиборчий дискурс актуалізується засобами масової інформації (ЗМІ), які наразі стрімко розвиваються та еволюціонують; саме ці процеси призвели до появи новітніх форм комунікації в Інтернеті, зокрема таких як веб-сайтів новин. У свою чергу, експансія ЗМІ, особливо Інтернету, сприяла розповсюдженню різноманітної інформації, у тому числі й політичної. Нині активно вивчаються прагматичні засоби, за допомогою яких політичні діячі досягають своєї мети. Інтернет майстерно сприяє цьому, що зумовлює необхідність дослідження новітнього універсального засобу презентації інформації та комунікації – Інтернет-сайтів новин.

Дослідження сучасної лінгвістики мають в основному міждисциплінарний характер, де коригуються та враховуються підходи традиційної лінгвістичної думки. Відтак, домінуючими напрямками у дослідженні політичної лінгвістики є вивчення генези, методології та термінології цієї парадигми взагалі (В. М. Базилев, О. В. Горіна, В. З. Дем'янков, М. Едельман, Г. Л. Жуковець, Н. О. Купіна, О. М. Медвідь, П. Б. Паршин, Г. Г. Почепцов, В. В. Петренко, О. А. Романов, Г. С. Соловей, О. В. Ткаченко, А. П. Чудінов, О. Й. Шейгал, О. Г. Юр'єва та інші), політичної мови, політичного тексту та дискурсу зокрема (Р. Бахем, І. В. Вольфсон, Р. Дікман, М. Гайс, О. А. Філінський, Д. Хан, А. Б. Халатян, В. О. Самохіна, П. Чілтон, І. С. Шевченко та інші).

Зауважимо, що основні теоретичні засади та положення, методологія медіалінгвістики закладені у працях таких вчених, як Г. П. Апалат, А. Белл, С. І. Бернштейн, Т. А. ван Дейк, Т. Г. Добросклонська, В. Г. Костомаров, Б. В. Кривенко, Ю. В. Рождественський, Г. Л. Солганік, Р. Фаулер, Н. Фейерклаф, Д. М. Шмельов, І. П. Гусак, О. В. Дмитрук, Г. Т. Крижанівська, С. І. Потапенко, Л. Ф. Рись, О. О. Саламатіна, О. В. Харченко та інших.

Сьогодні всебічні дослідження лінгвістичної семантики посідають одне з перших місць із-поміж наукових інтересів лінгвістів. Увага вчених зосереджується, зокрема, як на вивченні структурно-системних модусів слів (І. Г. Альошина, Т. О. Анохіна, Н. Д. Арутюнова, Ш. Р. Басиров, В. В. Богданов, С. М. Єнікеева, А. П. Загнітко, В. Д. Каліущенко, О. С. Кубрякова, А. Е. Левицький, В. М. Манакін, Г. Г. Почепцов, С. О. Швачко), так і на з'ясуванні структури та семантики тексту взагалі (Г. П. Апалат, Н. Г. Варганова, К. С. Серажим, Л. С. Соболевська, Г. О. Константинова, О. О. Шевченко).

Актуальність теми дослідження зумовлена спрямуванням сучасної лінгвістичної науки до виявлення різноманітних аспектів текстів політичної та

медіалінгвістики в цілому та вербальної реалізації комунікативних інтенцій автора мовця, а саме, мовлення американських кандидатів на посаду президента країни. Ще одним вагомим чинником, що зумовлює актуальність роботи, є популярність та запитуваність дослідження текстів передвиборчого дискурсу, оскільки саме вони репрезентують лінгвопрагматичний імідж суб'єкта мовлення, що реалізується за допомогою арсеналу комунікативно-мовленневих стратегій і тактик мовленнєвого впливу на масову аудиторію та є засобом маніпулювання нею. Все це формує у свідомості електорату раціональне, реальне та критичне бачення політичної ситуації, сприяє підвищенню політичної самосвідомості соціуму, з одного боку, та дозволяє виробити технологію мовленнєвого впливу зацікавлених осіб на електорат і побудувати дієву передвиборчу кампанію, з іншого.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертаційної роботи відповідає профілю досліджень, що проводяться на кафедрі теорії та практики перекладу факультету іноземної філології та соціальних комунікацій Сумського державного університету в межах наукової теми “Епідигматичні девіації номінативних та комунікативних одиниць” (номер державної реєстрації 0112U4326).

Мета роботи – виявити особливості структурно-семантичного та комунікативно-прагматичного аспектів політичного інтерв'ю в передвиборчому американському медіаполітичному дискурсі.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання низки завдань:

- розглянути генезу передвиборчого МПД як однієї з формацій політичного дискурсу;
- виявити основні типологічні та функційні характеристики ПД, враховуючи його діалогічну природу;
- визначити категорійний апарат та структурні компоненти тексту інтерв'ю у передвиборчому американському дискурсі;
- схарактеризувати граматичні, лексико-семантичні та стилістичні особливості мовлення американського ПД на прикладі інтерв'ю;
- з'ясувати природу лінгвопрагматичного іміджу ПД з огляду на його інтенції;
- виокремити основні комунікативно-мовленнєві стратегії ПД та способи їхньої лінгвістичної реалізації;
- осмислити роль фактору адресації у тексті ПД, зважаючи на інтерактивність досліджуваного об'єкту.

Об'єктом дослідження слугують тексти і транскрипти ПД, розміщених на американських веб-сайтах служб новин періоду передвиборчих кампаній; **предметом** вивчення – їхні структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості.

Методологія дослідження. Характер дослідження зумовлює необхідність застосування комплексної методики аналізу мовного матеріалу. Для написання роботи використано низку методів, а саме: загальнонаукові – *індуктивний та дедуктивний*, – і лінгвістичні – *метод лінгвістичних спостережень*, за допомогою якого визначено ключові аспекти ПД, завдяки аналізу сучасних лінгвістичних надбань та власних спостережень; *порівняльний аналіз*, який уможливорює

порівняння та виокремлення диференційних ознак політичного, передвиборчого, медіа-, та медіаполітичного дискурсів; *структурно-семантичний аналіз*, у межах якого проаналізовано поверхневі та глибинні структури лінгвальних одиниць, що входять до складу текстів ПІ; *частковий контент-аналіз*, а саме: *метод кількісних підрахунків*, застосований для отримання об'єктивних даних щодо вживання кількості слів інтерв'юером та респондентом, кількості мовленнєвих актів з огляду на типову належність; *дискурс-аналіз*, на основі якого здійснено аналіз мовленнєвої поведінки кандидатів на посаду президента США; *комунікативно-прагматичний аналіз*, що передбачає вивчення проблеми комунікативного моделювання тексту, з'ясування його прагматичної природи, функції посередника між автором та читачем, розширення спектра текстових категорій, а також аналіз прагматичних інтенцій та стратегій; *гендерні дослідження*, які у тексті ПІ реалізуються у виявленні диференційних ознак у мовленні жінок та чоловіків; *граматичний аналіз*, який надає змогу відповісти на питання, чим зумовлений відбір автором тих чи інших граматичних категорій; *лексичний аналіз*, за допомогою якого вивчається стилістична стратифікація лексики політика у текстах політичного інтерв'ю; *евристичний метод*, що передбачає збирання раніше зафіксованого матеріалу дослідження, тобто текстів ПІ, розміщених на американських сайтах новин.

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає в ідентифікації передвиборчого дискурсу як формації МПД, у зображенні лінгвопрагматичного іміджу ПД, що свідомо створюється політиком та складається з його мовленнєвої поведінки і комунікативно-мовленнєвих стратегій маніпулювання електоратом, в актуалізації категорії адресації у тексті ПІ американських веб-сайтів новин, враховуючи сучасні інтерактивні Інтернет-можливості.

Матеріал дисертаційної роботи складають вилучені шляхом вибіркового добору 144 тексти політичного інтерв'ю з кандидатами на посаду президента США, за період з 2004 по 2012 рр., що розміщені на веб-сайтах американських служб новин ABC (<http://abcnews.go.com>), BBC (<http://www.bbc.co.uk>), CNBC (<http://www.nbcumv.com>), FOXNEWS (www.foxnews.com), CBSNEWS ([cbsnews.com](http://www.cbsnews.com)), Latina Lista (<http://latinalista.com>), The Huffington Post (<http://www.huffingtonpost.com>), The Washington Post (<http://www.washingtonpost.com>) та інших сайтах Glenn Beck (<http://www.glennbeck.com>), C² (<http://www.clipsandcomment.com>), Military Kids Speak (<http://blog.militarykidsspeak.com>). Кількісний показник дослідженого матеріалу становить понад 2 167 веб-сторінок.

Теоретична значущість наукової праці полягає в тому, що її результати, напрацювання та висновки роблять внесок у розвиток прагмалінгвістики, комунікативної лінгвістики, лінгвістики тексту, медіалінгвістики та політичної лінгвістики, а також у розробку методології створення цілісного іміджу ПД на основі його мовленнєвої поведінки. Проаналізовані комунікативно-мовленнєві конфліктні та неконфліктні стратегії політдіячів та комунікативно-мовленнєві стратегії журналістів узагальнюють основні положення теорії мовленнєвого впливу.

Практичне значення отриманих результатів дисертаційної роботи визначається можливістю їхнього застосування у викладанні курсів зі стилістики англійської мови ("Жанри та стилі", "Стилістика тексту"), теоретичної граматики

англійської мови (“Синтаксис”), лексикології сучасної англійської мови (“Лексична семантика”, “Фразеологія”), у спецкурсах “Лінгвопрагматика”, “Вступ до мовознавства”, “Медіалінгвістика”, “Комунікативна лінгвістика”, під час написання курсових, дипломних, магістерських та дисертаційних робіт із германської філології. Крім того, презентований емпіричний матеріал є актуальним і для практичної реалізації вказаних проблем у журналістів, інтерв’юерів та політтехнологів зокрема.

Апробація результатів дисертації. Підсумки окремих етапів роботи висвітлювалися на *10 міжнародних науково-методичних та науково-практичних конференціях* – «Пріоритети германського та романського мовознавства» (Луцьк, 2009, 2012), «Професійна лінгвоосвіта» (Нижній Новгород, 2009), «Мови і світ: дослідження та викладання» (Кіровоград, 2010), «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2011), «Методологічні проблеми сучасного перекладознавства» (Суми, 2012), «Актуальні проблеми германської філології» (Кам’янець-Подільський, 2012), «Філологія та лінгвістика: сучасні тренди та перспективи дослідження. Дослідницькі підсумки 2012 року» (Краснодар, 2012), «Нові парадигми та нові рішення у сучасній лінгвістиці» (Кемерово, 2013), «Полікультурний простір мови у Казахстані» (Павлодар, 2012); *на міжнародному конгресі* – «Кримський лінгвістичний конгрес» (Ялта, 2010); *на 2 всеукраїнських конференціях* – «Сучасний стан і перспективи досліджень германських мов та проблеми перекладу» (Житомир, 2009), «Методологічні проблеми сучасного перекладу» (Суми, 2010).

Публікації. Основні теоретичні та практичні результати дисертаційної роботи викладено в 13 публікаціях автора: у 8 одноосібних статтях, опублікованих у фахових наукових виданнях України, 2 зарубіжних статтях і в 3 тезах доповідей на наукових міжнародних конференціях.

Структура роботи. Структура дисертації відображає ключові етапи здійснених досліджень. Робота складається з переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, висновків та списків використаних джерел (237), лексикографічних джерел (8), джерел ілюстративного матеріалу (48) та додатків (2). Загальний обсяг роботи – 224 сторінки, основний текст викладено на 186 сторінках. Допоміжним засобом ілюстрації набутих результатів слугують 12 таблиць, 4 діаграми, 2 рисунки та 1 схема.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі**, що є формалізованим компонентом дослідження, визначається його актуальність, наукова новизна, мета, об’єкт, предмет, методи, матеріал, теоретична і практична цінність, наведено відомості про структуру та апробацію дисертаційного дослідження.

У першому розділі **“Специфіка інтерв’ю у парадигмі передвиборчого американського медіаполітичного дискурсу”** диференціюються поняття “медіадискурс”, “політичний дискурс”, “передвиборчий дискурс”, “медіаполітичний дискурс”, аналізуються підходи до визначення та функційних характеристик ПД, описано його форми та впорядковано таксономію.

Наразі динамічний розвиток засобів масової інформації, інформаційно-комунікаційних технологій, поширення Інтернету (World Wide Web) та глобалізація сучасного інформаційного простору формують характер існування соціуму, зорієнтовують читацьку аудиторію на політичні події й тим самим відображають кореляцію взаємовпливу політики та медіа (Т. Г. Добросклонська, А. П. Загнітко, І. Ю. Капічнікова, О. М. Медвідь, В. В. Петренко, К. С. Серажим, А. П. Чудінов, О. Й. Шейгал). З одного боку, сучасні мас-медіа активно втручаються в державну політику, з іншого – політичні та громадські діячі, які творять політику в країні, не можуть існувати без комунікаційної підтримки медіа, оскільки вони розповсюджують та популяризують основні політичні ідеї та концепції.

Сучасні мас-медіа – це арена боротьби між представниками різних політичних сил, їх дискредитації та зіткненні думок й механізмів впливу на громадську думку; вони виступають медіатором між представниками політичних сил та соціумом. Отже, політика і мас-медіа та площини, у яких вони існують, політичний дискурс та медіадискурс, нерозривно пов'язані й переплітаються між собою.

Медіадискурс, політичний дискурс та медіаполітичний дискурс є дискурсивними формаціями власне дискурсу. Медіадискурс – це сукупність процесів та продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації у всьому багатстві та складності їхньої взаємодії (Т. Г. Добросклонська), характерний винятково для інформаційного поля мас-медіа або реалізований у площині масової комунікації, який продукується ЗМІ (Є. Кожемякін). Медіадискурс є миттєвим зрізом мовного та культурного стану суспільства, оскільки відображає як мовний, так і культурний статус-кво соціуму. Політичний дискурс – це особлива мисленнєво-мовленнєва формація, яка конструюється у домені політики, містить як лінгвістичні, так і екстралінгвістичні фактори та має ознаки інтенційної та ідеологічної зумовленості, оскільки відображає дискурсивний статус-кво політики.

На сучасному етапі розвитку мовознавчих студій існує тенденція до зрощення цих видів дискурсу в єдиний МПД, оскільки медіадискурс виступає основним каналом здійснення політичної комунікації та є медіатором між ПД та соціумом. Інтегральною ознакою цих видів дискурсу є ситуація спілкування в політичній сфері, яка разом з екстралінгвістичними чинниками визначає їхні диференційні мовні ознаки. З огляду на те, що медіа відображає політику країни через ЗМІ та спільні інтенційні й ідеологічні характеристики, правомірно розглядати ці формації у їхньому зрощенні. МПД – це повсякденне явище, оскільки кожна особа дивиться телевизор, слухає радіо або читає новини в газеті чи Інтернеті; отже, вона, так чи інакше, стає інгерентним учасником / адресатом МПД. До МПД належить жанр ПП.

ПП трактується як комунікативний акт, що має свою чітку спрямованість, структуру, мету, включає в себе релевантні стратегії та тактики. У сучасному МПД ПП функціонує як багатогранне комунікативно-прагматичне явище, що зорієнтоване впливати на масову аудиторію. Саме ПП є джерелом отримання об'ємного зображення усіх процесів та проблем політичного життя країни й першочергової інформації безпосередньо з вуст політиків про різноманітні політичні події, їхню суб'єктивну думку, вербальну поведінку та особистісні характеристики, які створюють їхній імідж. Аналіз та узагальнення різних підходів

підтверджує існування таких таксономій ПІ: за характером ЗМІ (ПІ у пресі, на радіо, телебаченні, Інтернет-виданнях, веб-сайтах служб новин); за характером спілкування (безпосереднє спілкування журналіста з політиком (face to face), опосередковане спілкування (телефоном, за допомогою веб-камери)); за характером питання (інформаційне, портретне, проблемне, аналітичне, інтерв'ю-розслідування, сатиричне); за формою організації комунікації (діалог – учасниками якого є інтерв'юер та політик, полілог – учасниками якого є інтерв'юер та два чи декілька політиків).

Інтерв'ю, зокрема ПІ – багатомірний жанр медіадискурсу. Про це свідчить те, що інтерв'ю належить як до інформаційних, так і до аналітичних жанрів. Інтерв'ю має спільні риси з такими жанрами, як бесіда, прес-конференція та дискусія, адже всі вони мають ознаки діалогічного характеру, який розуміється як організувальний принцип. ПІ є ситуативно та інтенційно зумовлене мовленнєве висловлювання адресанта, зорієнтоване на адресата та його перлокутивну реакцію.

Учасниками ПІ є три сторони: 1) інтерв'юер (медіатор) – журналіст (той, хто запитує), 2) респондент – політик, (той, хто повідомляє інформацію, відповідає на питання журналіста), 3) реципієнт – аудиторія (кому повідомляється інформація, слухач). Невід'ємною характеристикою ПІ є антропоцентричність, оскільки в центрі цього жанру МПД перебуває особистість з її внутрішнім світом, почуттями, суб'єктивними поглядами на навколишній світ, а в ПІ такою особистістю є політичний діяч, через постать якого відображаються не тільки його особистісні характеристики, але й питання ідеології, політики: у цьому жанрі МПД реалізується його прагматична настанова, за допомогою інтерв'ю ПД може маніпулювати як індивідуальною, так і масовою свідомістю аудиторії / електорату.

ПІ, яке за формою є діалогом, зберігає його деякі особливості, саме: ситуативність, спонтанність, часткову невимушеність. Діалог – мовленнєво-розумовий процес інтерперсонального характеру, який міститься в основі креації тексту ПІ. Основними категоріями тексту ПІ називаємо членованість, когезію, проспекцію та ретроспекцію, антропоцентричність, інформативність, локальну і темпоральну віднесеність, системність, когерентність, модальність, прагматичну спрямованість. Дослідження текстів ПІ є співвідношенням вивчення лінгвістичного (формально-структурного, вербального) та контекстуального (комунікативно-прагматичного, екстралінгвістичного, семантичного) в діалогічній формі цього жанру медіатексту.

У другому розділі **“Структурно-семантичний аспект інтерв'ю у передвиборчому американському дискурсі”** презентовано методологію дослідження ПІ, виявлено компоненти та категорії структурного і семантичного зв'язку політінтерв'ю; окреслено особливості мовлення американських ПД, а саме, граматичні, лексико-семантичні та стилістичні характеристики; встановлено вплив гендерного чинника на мовлення політдіячів, що уможлиблює вияв інваріантних ознак категорій фемінінності та маскуліності.

Композиційна макроструктура тексту ПІ, розміщеного на американських веб-сайтах новин репрезентована вступом (його складники: заголовок, ілюстрація), основною частиною (висвітлення домінантної теми та допоміжних підтем) і

заключною частиною інтерв'ю. Композиційна мікроструктура тексту ПІ збігається з одиницями діалогічного дискурсу (інтерація, трансакція або діалогічна єдність) та презентує послідовність комунікативних дій на локальному рівні.

Основною структурною комунікативною одиницею ПІ є діалогічна єдність, а мінімальною структурною комунікативною одиницею – репліка (висловлювання або мовленнєвий акт) політдіяча / журналіста.

Оскільки ПІ за формою детермінується як різновид діалогічного мовлення, то для нього властиві такі моделі взаємодії реплік у діалогічних єдностях: привітання (початок розмови) – відповідь на привітання (включення у розмову). Наприклад, **інтерв'юер**: “*Good morning, everyone. This year’s race for the White House came into clear focus this week ...*” – ‘Доброго ранку усім. Цьогорічні перегони за Білий дім стали очевидними’. **Політик**: “*Thank you. Good to be with you*”. – ‘Дякую. Мені приємно бути з Вами’ (Interview with R. Paul); пропозиція (початок розмови) – прийняття пропозиції (підтримка розмови). Наприклад, **інтерв'юер**: “*You know, you’re in third place right now, fighting for second in Nevada, but you did come in second in 2008...*” – ‘Отже, зараз Ви на третьому місці, намагаєтеся потрапити на друге у Неваді, але ж Ви дійшли до другого у 2008’. **Політик**: “*Well. You know, the votes aren’t all counted yet, and there seems to be a bit of chaos out there, even though it was a small caucus vote ...*” – ‘Так, Ви знаєте, ще не всі голоси підраховані, здається, починається невеликий хаос, хоча це й було нечисельне голосування членів політичної партії’ (Interview with R. Paul); питання – відповідь. Наприклад, **інтерв'юер**: “*But, Congressman, where do you get that first win?*” – ‘Конгресмене, де Ви здобули Вашу першу перемогу?’ **Політик**: “*Well, you know, it’s hard to say exactly when, but we have three or four caucus states that we believe our numbers are doing pretty good ...*” – ‘Ви знаєте, важко сказати точно коли, але ми маємо три або чотири штати, де є прихильники нашої партії, тому вважаємо, що наші цифри досить непогані’ (Interview with R. Paul); ствердження (обмін інформацією) – підтвердження / відмова (надання / ненадання інформації). Наприклад, **інтерв'юер**: “*But certainly, Congressman, you would concede that – that some of your views, some of the principles you hold in terms of drug legalization ...*” – ‘Авжеж, Конгресмене, Ви не допустили б того, що один із Ваших поглядів, один із Ваших принципів щодо легалізації наркотиків ...’ **Політик**: “*Well, see, I think that’s where the contradiction is. Quite frankly, I don’t believe that statistic ...*” – ‘Отже, я вважаю, що саме тут виникають протиріччя. Відверто кажучи, я не вірю тій статистиці ...’ (Interview with R. Paul and M. Bachmann); завершення інтерв'ю (прощання) – відповідь на завершення. Наприклад, **інтерв'юер**: “*All right. Congressman and Doctor Ron Paul, we have to leave it there. Thank you so much. Good luck on Tuesday, and hope you have a great 2012*”. – ‘Добре. Конгресмене та докторе Роне Пол, нам необхідно вже закінчувати. Дуже дякую. Успіхів Вам у вівторок, сподіваюся у Вас буде гарний 2012 рік’. **Політик**: “*Thank you*”. – ‘Дякую Вам’ (Interview with R. Paul and M. Bachmann). У зв’язку з інституційністю та офіційністю ПІ не характерними для нього виявляються такі моделі взаємодії реплік у діалогічних єдностях, як наказ / команда – відповідь на наказ / команду, вигук – реакція на вигук, оклик – реакція на оклик.

Структурний та семантичний зв'язок між діалогічними єдностями у тексті ПІ

забезпечують когерентність та когезія. Когерентність створюється за допомогою змістової, комунікативної та структурно-граматичної єдностей. Когезія, в свою чергу, забезпечує лінійну послідовність та єдність тексту як смислового цілого. Хоча семантична структура тексту ПІ на Інтернет-сайтах новин в межах передвиборчого дискурсу детермінується його діалогічним характером, інтенціями адресанта – політика і суб'єкт-адресата – інтерв'юера, вона має таку особливість, як опосередковану участь об'єкт-адресата – електората.

ПД, інтерв'юер та електорат обумовлюють інтегральність тексту англomовного ПІ передвиборчої кампанії, komponують тріаду його учасників: політик ↔ журналіст / електорат. ПД, як антропоцентр ПІ та адресант мовлення, виступає головним фігурантом у творенні тексту ПІ. Його лінгвопрагматичний імідж детермінується мовою та мовленням, що є дієвими засобами маніпулювання як індивідуальною, так і масовою свідомістю. Мова, яка репрезентується у мовленнєвих актах політика, має колосальні сугестивні можливості. У свою чергу, мовлення, представлене різноманітними мовними засобами на граматичному, лексико-семантичному та стилістичному рівнях, сприяє досягненню політиком його прагматичних інтенцій.

На граматичному рівні у тексті ПІ спостерігається мінімізація видo-часових та категорійних форм. Некатегоричність (M. Romney: *"If I could predict what the unemployment rate was going to be a year from now..."* – *'Якби я міг спрогнозувати, який буде відсоток безробіття, починаючи із цього року...'* (Interview with M. Romney)), як одна з рис політичної особи, допомагає йому / їй виражати свої міркування щодо будь-яких подій, залишаючись при цьому політкоректним. Наприклад, мовлення ПД в основному має стилістично-нейтральне забарвлення, у невеликій кількості наявна політична лексика (M. Bachmann: *"Well, we've had a very good campaign. And I think what's happened is, a lot of candidates have come in, and Iowa voters and national voters ..."* – *'Отже, у нас була гарна кампанія. Як склалися події: прийшло багато кандидатів, і виборці з Айови, і національні виборці...'* (Interview with R. Paul and M. Bachmann)), що зумовлено соціальним статусом політика. Також політична особа не ігнорує й експресивної лексики (M. Bachmann: *"Oh, for Heaven's sake. Of course not"* – *'Заради Бога. Звичайно, ні'*; N. Gingrich: *"Right and I took Romney head on about this because it's all baloney... Those are his ads. He did not have the guts to admit it"*. – *'Правильно, і я скерував Ромні у цьому питанні, оскільки все це дурниця. Це його реклама. У нього не вистачило мужності, щоб визнати це'* (Interview with N. Gingrich)), застосування якої є ідеологічно вмотивованим, оскільки така лексика робить мовлення політика доступнішим та зрозумілішим для простого народу. Саме лексика є найпродуктивнішим засобом мовного маніпулювання суспільною свідомістю. Застосовуючи різноманітні мовні знаки у своєму мовленні, політики можуть не тільки виражати свою власну суб'єктивну думку, але й переконувати електорат в об'єктивності та істинності цих поглядів.

Мовленнєвого впливу політична особа досягає також за допомогою перлокутивних інтенсифікаторів, експресивних, емоційно насичених тропів та стилістичних фігур, палітра яких надзвичайно розмаїта. Серед яких найбільш

представлені: **метафора** (“...a good policeman of the world...” – ‘... добрий міліціонер світу ...’); **метонімія** (“...I hope Minnesota also gives me a nod...” – ‘... Я сподіваюся Мінесота також кивне мені головою ...’); **епітет** (“...an extraordinarily successful president...” – ‘... надзвичайно успішний президент ...’); **порівняння** (“...that it would be like taking your child to the zoo and explaining that a lion is a bunny rabbit, and was really OK to get in the cage and play with the bunny rabbit ...” – ‘... це як відвести дитину до зоопарку та пояснити, що лев – це зайчик, і є безпечним залізти до клітки та погратися із зайчиком’); **перифраз** (“... in America because it’s the land of opportunity ...” – ‘... в Америці, тому що це країна можливостей ...’); **антитеза** (“... It hasn’t worked in the past, it’s gonna work in the future...” – ‘... Це не спрацювало у минулому, але спрацює у майбутньому...’); **антономазія** (“... to be America’s iron lady...” – ‘... бути американською залізною леді ...’); **риторичне питання** (“Do we think that that is gonna be somehow more successful? Rolling back Wall Street reform? You know, rolling back clean air and clean water laws?” – ‘Чи думаємо ми, що це буде більш успішним? Повернутися до реформ Уол Стріт? Знаєте, повернутися до чесної атмосфери та чесних законів?’); **градація** (“... It was gonna take more than two years. It was gonna take more than one term. Probably takes more than one president...” – ‘... Це тривало більше двох років. Це тривало більше одного терміна. Можливо, це потребує більше одного президента ...’); **обрамлення** (“She understands the energy issues better than anybody I know in Washington D.C., and she understands ...” – ‘Вона розуміє у питаннях енергетики краще, ніж будь-хто з тих, кого я знаю у Вашингтоні, вона розуміє ...’); **повтор** (“Got it. Got it. Got it...” – ‘Зрозумів. Зрозумів. Зрозумів...’); **паралелізм** (“We need a better ability to do covert operations. We need a better ability to gather intelligence ...” – ‘Нам необхідні кращі можливості, щоб здійснити таємні операції. Нам необхідні кращі можливості, щоб зібрати інформацію...’); **полісиндетон** (“... And the question is can you live longer and more independently and more healthily with the drug benefit than without it, and I think that if – and you can make the (inaudible) and say, well, Medicare ...” – ‘... І питання в тому, чи зможете Ви жити довше, незалежніше, бути здоровішими, маючи користь від наркотиків, чи існувати без них. Я вважаю: якщо це так, то Ви можете сказати, що безкоштовна медична допомога ...’); **анадиплосис** (“... this kind of automatic reference to racism, this is the president of the United States. The president of the United States has to be held accountable...” – ‘... це різновид мимовільного ставлення до расизму, і це президент США. Президент США має бути відповідальним ...’); **вставні слова** (“Now, I also, ironically, I would implement the Medicare reforms ...” – ‘Зараз, я б також, за іронією долі, запровадив реформу безкоштовної медичної допомоги ...’); **інверсія** (“On the government, my position is very straightforward...” – ‘Щодо уряду, моя позиція дуже проста ...’) і под. Отже, експресивність, як невід’ємний атрибут мовлення кожного політика, має надзвичайно сильний прагматичний потенціал.

Мовлення ПД тією чи іншою мірою залежить від гендерного фактору. Гендерні маркери політиків впливають як на типологічні лексико-стилістичні особливості мовлення, так і специфічні культурно-зумовлені особливості мовлення. Досліджуючи мовленнєві акти політиків, можна встановити взаємовідношення

мови і статі, тобто йдеться про те, у який спосіб стаття відображається у мові, які оцінки приписуються мові чоловіків- та жінок-політиків, якому узусу та дискурсу вони найбільш притаманні; а також можна вивчити, проаналізувати та спрогнозувати мовленнєву поведінку статі, виділити й описати особливості чоловічої та жіночої мовленнєвих картин світу. Зважаючи на велику кількість досліджень, які підтверджують тезу про різний вияв фактору гендеру у мовленні чоловіків та жінок, запропонована диференціація має умовний характер у тексті ПІ, оскільки вибір тих чи інших лінгвальних одиниць політиком безпосередньо залежить також від культури та характеру особистості, комунікативної, зокрема соціополітичної ситуації і т.ін.

У третьому розділі **“Комунікативно-прагматичний аспект інтерв’ю в передвиборчому американському дискурсі”** проаналізовано мовленнєвий акт як базис мовленнєвої поведінки політдіячів; з’ясовано сутність лінгвопрагматичного іміджу ПД, що складається з мовленнєвої поведінки ПД та його комунікативно-мовленнєвих стратегій; окреслено фактор адресації у тексті ПІ, зокрема лінгвістичний статус об’єкт-адресату та суб’єкт-адресату.

Базовою функційною одиницею комунікативного процесу є комунікативний акт, який у ПІ визначається як процес взаємодії, що відбувається у певному місці, часі та просторі, між інтерв’юером та політиком, скерований на досягнення певного перлокутивного результату. Мовленнєвий акт, який має диферентні ознаки від комунікативного акту, є одиницею лінгвопрагматичного аналізу. Аналіз мовленнєвих актів учасників ПІ відображає взаємодію та цільові установки журналіста та ПД. Політик, метою якого є завоювання авторитету в аудиторії, показати, що він схильний вести конструктивний діалог, використовує у своєму мовленні різні типи мовленнєвих актів, зокрема, **асертиви** (*“Well, I, you know, I don’t want to go into the details of the operation.”* – *‘Отже, я, ви знаєте, я не хочу вдаватися до подробиць операції’* (Interview with B. Obama)), **евалюативи** (*“And I think they did so in an extraordinary fashion.”* – *‘Я думаю, що вони зробили це надзвичайним способом’* (Interview with B. Obama)) та **фактиви** (*“We’ve killed more terrorists on Pakistani soil than anywhere else, and that could not have been done without their co-operation”* – *‘Ми вбили більше терористів на території Пакистану, ніж будь-де, і це могло статися без їхньої допомоги’* (Interview with B. Obama)).

Журналіст, у свою чергу, не обмежується лише одними питаннями, він також керує процесом інтерв’ю, аналізує факти та твердження, що реалізуються у використанні **репрезентативів** (*“Our Prime Minister, David Cameron, said recently that the problem was that Pakistan was looking both ways on terrorism.”* – *‘Наш Прем’єр-міністр, Девід Кемерон, сказав нещодавно, що проблема була у тому, що Пакистан мав два погляди на тероризм’* (Interview with B. Obama)) та **фактивів** (*“In your speech on the Middle East you took the, to many people, surprising step of talking about the 1967 borders”* – *‘У промові на Середньому Сході Ви несподівано здивували багатьох людей, говорячи про кордони в 1967 році’* (Interview with B. Obama)). Така лідерська позиція інтерв’юера впливає на креацію політичного іміджу політдіяча, оскільки відбувається не самопрезентація політика, а представлення його образу опосередковано, через мовлення журналіста. Отже, спостерігається асиметрична

модель спілкування, коли одна особа займає лідерську позицію, а інша пристосовується до неї.

Імідж політдіяча допомагає адресату (електорату) ідентифікувати політика як особистість і виділити його з-поміж інших ПД, відчуваючи до нього прихильність та довіру (або навпаки). Для іміджу політика облігаторною властивістю є його соціально-ідеологічна спрямованість, що має мовленнєве вираження. Під час моделювання іміджу ПД виокремлюються соціальна, психологічна, комунікативна та лінгвістична складники. Лінгвістичний компонент, що є одним з основних в іміджі політика, складається з його мовлення, мовленнєвої поведінки та з комунікативно-мовленнєвих стратегій.

Мовленнєва поведінка політика відіграє неабияку роль у створенні його лінгвопрагматичного іміджу, оскільки демонструє його домінантні особистісні характеристики. Проведений дискурс-аналіз мовленнєвої поведінки політика змальовує реальну картину процесу ПІ. Відповідно до статистичних даних, жоден з політиків, інтерв'ю яких були проаналізовані (Б. Обама, Дж. Стайн, Н. Гінгріч, М. Ромні), не відповідає вимогам ідеального лідера з позитивним політичним іміджем, оскільки така особа має поєднувати високий індекс лідерства з високим індексом комунікативного співробітництва (вираховується за формулою $ІПУ+ІП+ІЗ-ІАП=ІКС$ (%)) (див. табл. 1) та середньою величиною індексу багатослів'я (див. табл. 2).

Таблиця 1

Індекс комунікативного співробітництва

Політик	Індекс переформулювання з уточненням (ІПУ)	Індекс повторів (ІП)	Індекс згоди (ІЗ)	Індекс антонімічного переформулювання (ІАП)	Індекс комунікативного співробітництва (ІКС)
Н. Гінгріч	41,2	23,5	17,6	2,9	79,4
Б. Обама	42,3	30,8	7,7	7,7	73,1
Дж. Стайн	5	18,3	41,7	1,7	63,3
М. Ромні	32	12	14	2	56

Таблиця 2

Індекс багатослів'я

Політик	Всього слів у всіх відповідях	Всього реплік	Найбільша кількість слів у відповіді	Середня кількість слів у відповіді на одне питання
Дж. Стайн	9369	60	982	156
Б. Обама	2878	26	286	110
Н. Гінгріч	2800	34	347	82
М. Ромні	3221	50	340	64

Найбільше вимогам ідеального лідера відповідають Н. Гінгріч та Б. Обама, але у мовленнєвій поведінці деяких політиків, зокрема Н. Гінгріча, Б. Обама та Дж. Стайн спостерігається самопрезентація особистості та самореклама: діалог,

який покладено в основу ПІ, переходить у монолог однієї особи, отже, відбувається позиціонування особистості на політичній арені. На жаль, американські політики не демонструють абсолютної готовності до комунікативного співробітництва та не завжди виявляють бажання йти на компроміс під час комунікативного процесу ПІ.

Комунікативно-мовленнєві стратегії, які використовує ПД у своєму мовленні, є складниками у творенні його лінгвопрагматичного іміджу. Вони мають персуазивний характер, оскільки спрямовані на зміну поглядів та думок електорату.

Вивчення видів комунікативно-мовленнєвих стратегій ПД засвідчує той факт, що їхній вибір обумовлюється двома факторами: конструюванням негативного образу опонента та конструюванням власного позитивного іміджу, формуванням образу “героя” у свідомості електорату, що виявляється у використанні політиками конфліктних та неконфліктних стратегій. До **конфліктних** комунікативно-мовленнєвих стратегій належать: 1) тактики незгоди (*B. Obama: No, no, no, no, I – I didn't say that. – ‘Ні, ні, ні, я такого не казав’* (Interview with B. Obama)), 2) ухилення від відповіді (*H. Clinton: You'll have to ask him, I don't know... – ‘Ви маєте спитати його, я не знаю ...’* (Interview with H. Clinton)), 3) дискредитації опонента (*R. Santorum: Well, I'm frankly, very tired of speeches. I don't want to be disrespectful to the president, but what I want to see is something in writing.... Speeches, we've found, are not very similar to the actual legislation. – ‘Щиро кажучи, я дуже втомився від промов. Не хочу бути невічливим до президента, але те, що я хочу бачити має бути письмово затвердженим. Те, що у промовах, які ми чуємо, не відповідає чинному законодавству’* (Interview with R. Santorum)). До **неконфліктних** стратегій відносяться: 1) тактика згоди (*B. Obama: Well, there is. – ‘Це дійсно так’* (Interview with B. Obama)); 2) тактика обіцянки (*J. Huntsman: The most important thing we can do to get this economy going today is, number one Number two Number three Those are the three things that I would drop on the doorstep of congress the day that I'm elected president. – ‘Найважливіше, що ми можемо зараз зробити, аби економіка країни запрацювала, це, по-перше..., по-друге..., по-третє.... Ці три питання я втілю у життя, коли стану президентом’* (Interview with J. Huntsman)); 3) тактика самореклами: (*R. Paul: Well, I want to hear him explain his views on that. I've developed a lot of reform proposals myself ... – ‘Отже, я хочу, щоб він пояснив свою точку зору щодо цього. Я сам розробив багато реформ ...’* (Interview with R. Paul)); 4) аргументативна тактика: (*H. Cain: No, they have not, because I have done the math. Let me give you an actual example. If you take the median income of \$50,000 a year... – ‘Ні вони це не зробили, тому, що я здійснив підрахунки. Дозвольте мені навести реальний приклад. Якщо Ви візьмете середній дохід у \$50,000 на рік...’* (Interview with H. Cain)); 5) амальгамування / інтеграції (*T. Pawlenty: Well, we've already seen some common ground. We passed the free trade agreements with Colombia.... It's part of our plan, part of the president's plan. ... it's all part of our plan for American job-creators. – ‘Отже, ми вже спостерігали взаєморозуміння. Ми пройшли вже через відкриті торгові угоди з Колумбією ... Це частина нашого плану... частина плану президента ... це також частина плану для тих, хто створює в Америці робочі місця’* (Interview with T. Pawlenty)); 6) героїзації (*R. Santorum: Yes. And I've told the president, you know, I'm the most straight-up, transparent person in this town, that I*

would never mislead him. My word is my bond ... – ‘Так, і я сказав президенту, що, я найбільш прямолінійна, відверта особистість у цьому місті, що я ніколи не введу його в оману. Моє слово – закон...’ (Interview with R. Santorum)).

Комунікативно-прагматичний простір ПД доповнюють адресати ПІ – журналіст та електорат, які є необхідними учасниками у моделюванні композиційної структури мовленнєвого акту ПІ. Інтерв'юер, керуючись власними інтенціями, застосовує у своєму мовленні стратегію збереження нейтралітету та провокативну стратегію. Електорат виступає реальним адресатом ПІ. Отже, журналіст поєднує ролі інтерв'юера, суб'єкт-адресата та медіатора між політиком та масовою аудиторією.

Принцип дистанційності актуалізується в ПІ періоду передвиборчої кампанії, де прагматичні інтенції адресанта мають перлокутивну екстраполяцію опосередковано через інтерпретатора ілокуції – інтерв'юера (журналіста), реалізуючись в тріаді політик ↔ журналіст / електорат.

Схематично тріада учасників транскрипту ПІ, розташованого на американських сайтах новин та тріада учасників тексту ПІ, розміщеного у друкованих ЗМІ (пунктир) виглядає так (див. схема 1):

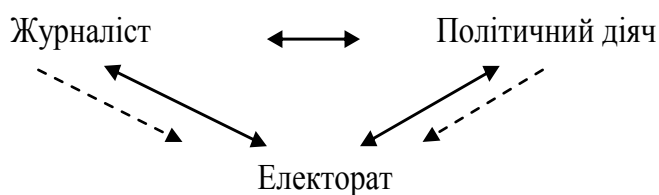


Схема 1. Тріада учасників ПІ, розміщеного на американських сайтах новин та у друкованих ЗМІ

ПІ на американських сайтах новин характеризується інтерактивною взаємодією, де відбувається процес технічно опосередкованого спілкування журналіста та представників активної аудиторії – електорату (у той час як електорат друкованих ЗМІ пасивно споживає презентовану інформацію). Спостерігається подвійна взаємодія учасників тріади ПІ: журналіст спрямовує політика у виборі тих чи інших лінгвістичних засобів, комунікативно-мовленнєвих стратегій та моделі поведінки; ПД, у свою чергу, впливає на вибір комунікативно-мовленнєвих стратегій журналістом; журналіст разом з політиком керує електоратом, переконує аудиторію в тих чи інших питаннях, змушує прийняти будь-яке рішення; електорат, у свою чергу, керує журналістом, оскільки останній орієнтується на аудиторію, враховує інтереси народу. Політик та електорат також впливають один на одного: політик за допомогою комунікативно-мовленнєвих стратегій маніпулює свідомістю та діями електорату; потенційні виборці, залишаючи посткоментарі, формують суспільну думку, яку враховує ПД під час проведення передвиборчої кампанії. Отже, у тріаді учасників транскрипту ПІ, розміщеного на сайті новин, з'являється можливість дистанційного взаємовпливу учасників згаданого комунікативного процесу через сайт-послугу “Коментарі”.

ВИСНОВКИ

1. Передвиборчий американський медіаполітичний дискурс, у межах якого функціонує політінтерв'ю, є результатом симбіозу медіадискурсу та передвиборчого дискурсу. Домінантні функції медіаполітичного дискурсу – інформативна та маніпулятивна – визначають інтенційну основу цієї формації політдискурсу. Інтерв'ю в передвиборчому американському дискурсі – синкретичне комунікативно-прагматичне явище діалогічної форми, зорієнтоване на передачу, отримання чи обмін інформацією, а також здійснення впливу на масову аудиторію шляхом різноманітних комунікативно-мовленневих стратегій.

2. Проведений аналіз таксономій інтерв'ю дозволяє виокремити такі формації політінтерв'ю: за характером ЗМІ, за характером спілкування, за характером питання, за формою організації комунікації. Діалог, що є формою політінтерв'ю, передає йому свої ознаки – спонтанність та ситуативність. У структурі тексту політінтерв'ю виділяють глобальну та локальну структури. Глобальна композиційна структура має трихотомічну побудову, у локальній виокремлено діалогічну єдність, що репрезентує послідовність ілюцій на локальному рівні та є основною структурною комунікативною одиницею політінтерв'ю. Мінімальною структурною комунікативною одиницею можемо вважати репліку політдіяча / журналіста.

3. Мовлення політика характеризується низкою особливостей, з-поміж яких виокремлюємо граматичні, лексико-семантичні та стилістичні. Граматичні особливості у мовленні американських політиків полягають у мінімізації видо-часових та категорійних форм, що зумовлене усним спонтанним мовленням політичних осіб та іноді дає можливість не відповідати за свої слова. Базовий лексичний шар тексту американського політінтерв'ю становить лексика з нейтральною лексичною конотацією, також є політична лексика і термінологія, розмовна та емоційно-експресивна лексика. Для реалізації комунікативно-прагматичного наміру американські політики використовують різноманітні лінгвальні засоби, до найбільш поширених засобів впливу у політінтерв'ю належать різнорівневі лінгвістичні засоби експресивності: стилістичні прийоми, гумор, перлокутивні інтенсифікатори.

4. Аналіз типів мовленневих актів, що використовують політдіячі, дозволяє стверджувати, що їхній імідж часто залежить не лише від персональних інтенцій, але від уміння інтерв'юера вести діалог, керувати мовленнєвою поведінкою співбесідника за рахунок квеситивів, разом з тим використовувати констативи, що свідчить про вміння аналізувати інформацію. Політики частіше вживають констативи різних типів з метою репрезентації інформації та евалюативи, за допомогою яких виражають свою оцінку, ставлення до подій.

5. Мовлення політиків зазнає впливу фактору гендера. Як мовлення жінок-політиків позначене специфічними для них фемінінними маркерами, так і мовлення чоловіків-політиків детерміноване специфічними для них маскулінними маркерами. Вибір політиками тих чи інших лінгвальних одиниць в першу чергу залежить від культури, характеру та освіти особистості, враховуючи комунікативну ситуацію.

6. Імідж політдіяча формують соціальна, психологічна, комунікативна та комунікативно-лінгвістична складові. Комунікативно-лінгвістична складова

конструює лінгвопрагматичний імідж політика, що складається з його мовленнєвої поведінки, комунікативно-мовленнєвих стратегій і тактик. Лінгвістичний аналіз комунікативно-мовленнєвих стратегій дає змогу детермінувати арсенал маніпулятивних лінгвістичних засобів політиків. Політики використовують як конфліктні стратегії (з метою приховати реальний стан справ або уникнути прямих відповідей на провокаційні питання), так і неконфліктні стратегії (для створення позитивного іміджу та завоювання прихильності електорату).

7. Адресат у тексті політінтерв'ю презентований інтерв'юером та електоратом, що є облігаторним з погляду категорії антропоцентричності. Електорат – інтенційний об'єкт-адресат у тексті політінтерв'ю сайтів новин є масовим, позбавлений права безпосередньо брати участь у комунікативному процесі, але може висловити свою думку, залишивши коментар після тексту інтерв'ю на сайті. Посттекстові коментарі дають можливість тому чи іншому політдіячеві змінити або будувати далі свої стратегічні дії у передвиборчій кампанії. Роль журналіста (суб'єкт-адресата) зводиться до ролі інтерв'юера та медіатора, його головні цілі – презентація особистості політдіяча або його дискредитація – впливати на збереження чи порушення асиметрії розподілу ролей учасників політінтерв'ю. Цим цілям підпорядковані комунікативно-мовленнєві стратегії журналіста – стратегія збереження нейтралітету та провокативна стратегія. Вивчення статусів учасників у тексті політінтерв'ю сайтів новин свідчить про їхню пролонговану взаємодію, де електорат виявляється активним та стає опосередкованим респондентом.

8. Осмислення генези політінтерв'ю, основних типологічних властивостей та різноаспектних характеристик дає змогу змалювати суцільний лінгвопрагматичний імідж політика та пізнати вербальні механізми маніпуляції електоратом. Знання методик та стратегій впливу на масову аудиторію дозволяє виробити та застосувати захисні реакції на рівні індивідуальної та суспільної свідомості, щоб не стати об'єктом масових мовних маніпулятивних дій політдискурсу взагалі та передвиборчого медіаполітичного дискурсу зокрема.

За межами реферованого дослідження залишається багато аспектів вивчення, це стосується, зокрема, особливості ролей та позиції адресата у політінтерв'ю, вияв адресатоцентричності в триаді політик ↔ журналіст / електорат, кореляція понять адресат / слухач / читач / інтерпретатор у значенні споживача повідомлення, вивчення відео-інтерв'ю з політиком на сайтах служб новин, що і становить перспективу подальших наукових пошуків.

Основні результати дослідження висвітлено у публікаціях автора:

1. Максюта (Прокопенко) А. В. Місце політичного інтерв'ю на тлі медіадискурсу / А. В. Максюта (Прокопенко) // Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. — Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Франка, 2009. — Вип. 45. — С. 198–201.

2. Максюта (Прокопенко) А. В. Імідж політика via політичне інтерв'ю / А. В. Максюта (Прокопенко) // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. — Серія : Філологічні науки (Мовознавство). — Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. — Вип. 5. — С. 417–422.

3. Прокопенко А. Гендерні маркери мовлення політичного діяча / А. Прокопенко // Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету. Серія: Філологічні науки (Мовознавство) : [у 5 ч.]. — Кіровоград : РВВ КДУ ім. В. Винниченка, 2010. — Вип. № 89 (5). — С. 320–324.

4. Прокопенко А. В. Транзитивність у мовленні політичних діячів / А. В. Прокопенко // Функциональная лингвистика : [сб. науч. работ / Крымский республиканский институт последипломного педагогического образования; науч. ред. А. Н. Рудяков]. — Симферополь, 2010. — Т. 2. — № 1. — С. 185–188.

5. Прокопенко А. В. Використання перлокутивних інтенсифікаторів у політичному інтерв'ю та їх переклад / А. В. Прокопенко // Філологічні трактати : [наук. журнал / Сумський державний університет, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна ; ред. О. Г. Ткаченко]. — Суми, Харків, 2010. — Т. 2. — № 3. — С. 194–198.

6. Прокопенко А. В. Конфліктні стратегії політдіяча в аспекті стратегій перекладу (на основі американського політінтерв'ю) / А. В. Прокопенко // Філологічні трактати : [наук. журнал / Сумський державний університет, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна ; ред. О. Г. Ткаченко]. — Суми, Харків, 2012. — Т. 4. — № 2. — С. 82–88.

7. Прокопенко А. В. Тактика дискредитації опонента vs. тактики героїзації / А. В. Прокопенко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. — Серія : Філологічні науки (Мовознавство). — Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. — Вип. 24 (249). — С. 108–113.

8. Прокопенко А. В. Дискурс-аналіз мовленнєвої поведінки політдіячів» / А. В. Прокопенко // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка. Філологічні науки. — Кам'янець-Подільський : “Аксіома”, 2012. — Вип. 29. — С. 140–144.

9. Прокопенко А. В. Лексико-семантические особенности речи политика (на материале англоязычного политинтервью) / А. В. Прокопенко // Мир языка : [сб. науч. ст. ; отв. соред. Г. Н. Кенжебалина, М. В. Пименова]. — Серія “Поликультурное пространство языка в Казахстане”. — Павлодар-Кемерово-Витебск : Кереку, 2012. — Вып. 1. — С. 218–225.

10. Прокопенко А. В. Реализация прагматических интенций участников политинтервью / А. В. Прокопенко // Новые парадигмы и новые решения в современной лингвистике ; гл. ред. М. В. Пименова. — Вып. 1. — Кемерово, 2013. — С. 78–80.

11. Прокопенко А. В. Грамматические особенности речи политдеятелей (на материале политического интервью англоязычных веб-сайтов новостей) / А. В. Прокопенко // Филология и лингвистика: современные тренды и перспективы исследования. Исследовательские итоги 2012 года : I Ежегодная междунар. заочная науч.-практ. конф., 20 дек. 2012 г : материалы. — Краснодар, 2012. — С. 49–55.

12. Максюта (Прокопенко) А. В. Коммуникативно-прагматические стратегии политического интервью / А. В. Максюта (Прокопенко) // Профессиональное лингвообразование : третьей междунар. научно-практ. конф., 18–19 мая 2009 г. :

матеріали. — Н. Новгород : Изд-во Волго-Вятской академии гос. службы, 2009. — С. 134–137.

13. Прокопенко А. В. Роль політичного інтерв'ю у медіадискурсі / А. В. Прокопенко // Каразінські читання : Людина. Мова. Комунікація : X наук. конф. з міжнародною участю, 4 лютого 2011 р. : тези доповідей. — Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. — С. 240–242.

АНОТАЦІЇ

Прокопенко А. В. Інтерв'ю в передвиборчому американському дискурсі: структурно-семантичний та комунікативно-прагматичний аспекти. — На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.04 – германські мови. – Донецький національний університет, Донецьк, 2013.

У дисертаційному дослідженні подано інтегровану характеристику структурно-семантичного та комунікативно-прагматичного аспектів політичного інтерв'ю – продукту передвиборчого американського медіаполітичного дискурсу. Встановлено, що передвиборчий американський медіаполітичний дискурс є результатом симбіозу медіадискурсу та передвиборчого дискурсу, визначається як комунікативне явище у вигляді сукупності медіа-текстів, які належать до узусу політичної комунікації з відповідним екстралінгвістичним фоном та виступають основним способом передачі актуальної інформації соціуму.

У роботі здійснено дискурс-аналіз мовленнєвої поведінки політика за такими параметрами, як індекс багатослів'я, лідерства, тематичної новизни, оцінки, переформулювання з уточненням, згоди, повторів, антонімічного переформулювання та комунікативного співробітництва.

Особлива увага надається вивченню мовлення політдіяча як антропоцентру тексту політичного інтерв'ю, зокрема його граматичних, лексико-семантичних та стилістичних особливостей.

Політичне інтерв'ю у роботі розуміємо як персуазивний тип тексту сучасного передвиборчого американського дискурсу, тому дослідження зосереджено на встановленні арсеналу комунікативно-мовленнєвих стратегій впливу на масову аудиторію. У дисертації з'ясовується лінгвістичний статус об'єкт-адресата – електората та суб'єкт-адресата – інтерв'юера в рамках інтерв'ю в передвиборчому американському дискурсі.

Ключові слова: політичне інтерв'ю, передвиборчий американський дискурс, медіаполітичний дискурс, структурно-семантичний аспект, комунікативно-прагматичний аспект, лінгвопрагматичний імідж, комунікативно-мовленнєві стратегії, фактор адресації.

Прокопенко А. В. Интервью в предвыборном американском дискурсе: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание учёной степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки. – Донецкий национальный университет, Донецк, 2013.

В диссертационном исследовании представлена интегрированная характеристика структурно-семантического и коммуникативно-прагматического аспектов политического интервью – продукта предвыборного американского медиаполитического дискурса. Определено, что предвыборный американский медиадискурс является результатом симбиоза медиадискурса и предвыборного дискурса. Изучение медиатекстов в русле дискурсивной парадигмы позволяет исследовать каждый текст с учётом политической ситуации, в которой он создан, его соотношения с другими текстами, с учётом целевых установок, политических взглядов и личностных качеств автора, специфики восприятия этого текста разными людьми, а также той роли, которую этот текст может играть в системе медиатекстов. Главными функциями медиаполитического дискурса являются информативная и манипулятивная, которые и определяют интенциональную основу этой формации политдискурса.

В работе анализируются разные подходы к изучению интервью в американском дискурсе, его характеристика и классификация. Так, политическое интервью понимается как синкретическое коммуникативно-прагматическое явление диалогической формы, ориентированное на передачу, получение или обмен информацией, а также на оказание влияния на массовую аудиторию с помощью различных коммуникативно-речевых стратегий. Среди формаций политинтервью выделяются: по характеру СМИ (политическое интервью в прессе, на радио, телевидении, в Интернет-изданиях, на новостных сайтах); по характеру общения (непосредственное общение журналиста с политиком, опосредованное общение); по характеру вопроса (информационное, портретное, проблемное, аналитическое, интервью-расследование, сатирическое); по форме организации коммуникации (диалог – участниками которого являются журналист и политик, полилог – участниками которого являются журналист и два или несколько политиков).

Исследование сосредоточено на определении структуры текста политинтервью. Глобальная композиционная структура имеет трихотомическое строение: начало, основная и заключительная части. В локальной структуре интервью, размещённого на американских новостных сайтах, выделяют диалогическое единство, которое репрезентирует последовательность иллокуций на локальном уровне и является главной структурной коммуникативной единицей политинтервью. Основными категориями структурной и семантической связи между репликами в пределах диалогического единства выступают когезия и когерентность.

Особое внимание фокусируется на речи политдеятелей, поскольку она имеет высокие суггестивные характеристики, особенно на грамматическом, лексико-семантическом и стилистическом уровне. Анализ гендерных отличий в выборе языковых единиц политиками свидетельствует о разнохарактерности свойств

маскулинности и фемининности, их зависимость от системы гендерных и культурных норм, а также о большом количестве индивидуальных характеристик.

Речевой акт рассматривается в работе как основа речевого поведения участников политинтервью. На основе данных количественного анализа типов речевых актов в речи политдеятелей и журналистов показано, как воспроизводится картина их ролевого взаимодействия. Таким образом, имидж политдеятеля в рамках политинтервью американского предвыборного дискурса часто зависит не только от его персональных интенций речи, но и от умения собеседника вести интервью, руководить речевым поведением политического деятеля и тем самым создавать его образ для аудитории.

Лингвопрагматический имидж политического деятеля определяется особенностями речевого поведения политика, набором коммуникативно-речевых стратегий и тактик. Проведённый количественный дискурс-анализ речи политдеятелей позволяет утверждать, что идеальный лидер должен иметь высокий индекс лидерства, высокий индекс коммуникативного сотрудничества и средний индекс многословия. Ни один из политиков, речевое поведение которых подвергалось анализу, не соответствует этим требованиям. И это является негативным моментом в формировании цельного лингвопрагматического имиджа политика.

С помощью лингвистического анализа определены основные коммуникативно-речевые стратегии политиков. К ним относятся конфликтные и неконфликтные стратегии, которые актуализируются на уровне языка с помощью тактики несогласия, уклонения от ответа, дискредитации оппонента и тактики согласия, обещания, саморекламы, аргументации, амальгамирования, героизации соответственно. Политики, основная цель которых – завоевание расположения электората, используют в своей речи неконфликтную стратегию, тем самым создавая положительный политический имидж. В то время как употребление политиками конфликтной стратегии свидетельствует о том, что они пытаются скрыть реальное состояние дел или пытаются избежать прямых ответов на провокационные вопросы, чтобы не навредить собственному имиджу.

В работе определен лингвистический статус объект-адресата – электората и субъект-адресата – журналиста. Электорат в тексте политинтервью является массовым, он лишён права непосредственно принимать участие в коммуникативном процессе, который происходит между политиком и интервьюером, но может высказать своё мнение, оставив комментарий после текста интервью на веб-сайте новостей. Роль журналиста сводится к роли интервьюера и роли медиатора, который является соединительным звеном между аудиторией и политиком и использует в своей речи как провокационную стратегию, так и стратегию сохранения нейтралитета.

Исследование текста интервью в предвыборном американском дискурсе позволяет осмыслить генезис, основные типологические черты и разноаспектные характеристики политинтервью, представить цельный лингвопрагматический имидж политика и познать вербальные механизмы манипуляции электоратом.

Ключевые слова: политическое интервью, предвыборный американский дискурс, медиаполитический дискурс, структурно-семантический аспект, коммуникативно-прагматический аспект, лингвопрагматический имидж, коммуникативно-речевые стратегии, фактор адресации.

Prokopenko A. V. Interview in Electoral American Discourse: Structural, Semantic, Communicative and Pragmatic Aspects. – Manuscript.

Thesis for Candidate Degree in Philology. Speciality 10.02.04 – Germanic Languages. – Donetsk National University, Donetsk, 2013.

The dissertation presents a complex study of structural, semantic, communicative and pragmatic aspects of political interview as a product of electoral American media political discourse. It has been found that electoral American media political discourse is a symbiosis of the media discourse and the electoral discourse; it is regarded as a communicative phenomenon in the form of a corpus of media texts that belong to the sphere of political communication with the appropriate extralinguistic background and act as a basic means of conveying current information to the society.

Speech behavior of a politician is exposed to the discourse-analysis based on the following parameters: an index of verbosity, leadership, thematic novelty, evaluation / rating, reformulation with specification, consent, repetitions, antonymic reformulation and communicative cooperation.

Special attention is paid to the investigation of a politician's speech as an anthropological center of the text of a political interview, in particular, its grammatical, lexico-semantic and stylistic features.

Political interview is regarded as a text of the persuasive type within modern electoral American discourse; accordingly, the research focuses on identification of an arsenal of the communicative speech strategies aimed at the impact on mass audience. The linguistic status of the object-addressee, i.e. the electorate, and that of the subject-addressee, i.e. the interviewer, have been defined.

Key words: political interview, electoral American discourse, media political discourse, structural-semantic aspect, communicative-pragmatic aspect, linguo-pragmatic image, communicative speech strategies, addressing factor.