

(2) Auch Ralf Linde, Geschäftsführer der Audi-Akademie, Ingoltsdt, hat beobachtet, „dass sich viele Führungskräfte scheuen, ihre Mitarbeiter zu kritisieren“. (Markt № 17, с. 1)

(3) Eine „Schwemme“ ist nach Duden ein „zeitlich begrenztes überreichliches Warenangebot“. (Markt № 25, с. 1)

Персуазивний тип цитування є однією з форм втілення стратегії переконуючого впливу, що зумовлено орієнтацією на конструктивний результат. Персуазивне цитування використовується для створення запланованого впливу на модель світу адресата та процес прийняття ним рішень.

(4) Bald sind sie (Poboten) alle gegenwärtig, davon sind Roboterexperten überzeugt. „Der Umsatz mit Personalrobotern und der gesamten PC-Industrie übertreffen“, profzeit Toshi Doi, Oberster Roboterentwickler bei Sony... In 15 Jahre, schätzt er, werden Roboter so alltäglich sein, wie heute E-Mail und Internet. (Markt № 32, с. 4)

До сугестивних цитувань відносяться такі, значення яких зводиться до поради чи попередження.

(5) „Sollte wir nun mit dem Denken aufhören?“, fragt Dijsterhuis ironisch am Ende seines Aufsatzes „Think Different“ – und gibt die beruhigende Antwort: „Diese Schlußfolgerung wäre ganz klar zu kühn“. Stattdessen rat er: „Benutzen Sie das Bewusstsein für einfache und alltägliche Angelegenheiten. Stehen Sie vor komplexen Entscheidungen – etwa so Sie arbeiten oder wo Sie leben wollen –, dann denken Sie besser nicht zu viel bewusst nach. Nehmen Sie sich nach einem kurzen anfänglichen Nachdenken einfach Zeit – und lassen Sie das Unbewusste den Job tun“. (Markt № 32, с. 3)

У публіцистичній статті з економіки цитування може виражати непрямий сугестив.

(6) Inzwischen hat die 35-jährige es aufgegeben, ihre Qualifikationen bei unwilligen Arbeitgebern anzupreisen: 2001 gründete Viola Marquard ihre eigene Spedition; im vergangenen Jahr eröffnete sie ein Tierhotel für Hunde und Katzen. „In der Selbständigkeit spielt das Alter keine Rolle“, weiß sie heute. (Markt № 34, с. 13)

Стаття піднімає болючу проблему сучасності – втрату роботи. Перешкодою для отримання нової роботи для декого може стати вік. Наведена цитата головної героїні статті актуалізується непрямим сугестивом. Непряма порада не втрачати надії на позитивне вирішення проблеми, покладаючись на власні сили, має на меті імпліцитно вплинути на адресата. Вилючаюча інформація, що не виражена явно, адресат „втягується“ у процес аргументації. Адресант задає вектор пошуку конструктивного рішення у бажаному для нього напрямку. Висновок, до якого адресат прийде самостійно, буде мати для нього більшу вагомість, ніж коли йому представити готові висновки.

Аргументи виражені цитуванням, апелюють до авторитету, проти авторитету, до почуття обов'язку, допитливості, досвіду.

Прагматичні чинники визначають також і структурну організацію аргументів, виражених цитуванням. Проведений аналіз фактичного матеріалу виявив повне та фрагментарне цитування. Приклади 1,4, 5,6 – демонструють повне цитування, приклади 2 та 3 – фрагментарне.

Література

1. Алещанова И. В. Цитация в газетном тексте (на материале современной английской и российской прессы): Автореф. дис... к. филол.н. 10.02.20// <http://www.popal.ru/printout/10.html>
2. Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского. М., 1994 // <http://www.vehi.net/dostoevsky/bahtin105/htm>
3. Воронков В. В. Прагматический аспект текста англоязычной публицистической статьи: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04/ Москов. гос. лингв. ун-т. – М., 1991. – С.28.
4. Гавришина И. Н. Типы и формы аргументации (на материале политического дискурса)// Смысл текста в процессе коммуникации: Сб.науч. трудов. – М.: Мос. ин-т ин.яз. им. М.Тореза. – 1990. – Вып. 363. – С.11-26.
5. Дайрова К. Н. Структурно-семантические особенности цитаты и её функционирование в тексте (на материале англоязычной научной лингвистической литературы): Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04/ Москов. гос. пед. ин-т ин.яз. им. М.Тореза. – М., 1983. – С. 22.
6. Демьянков В. З. Коммуникативное воздействие на структуру сознания// Роль языка в структурировании сознания. М.: Институт философии АН СССР, 1984. – Ч.1. – С. 138-161.
7. Куликова О. В. Лингвостилистические средства развертывания аргументации в публицистическом тексте (на мат. парламентских выступлений): Автореф. дис... к. филол.н. 10.02.04. Мос.пед.институт. – М., 2000. – 23 с.
8. Сазонов М. Т. Лингвостилистические особенности научного изложения в газетной публицистике (на материале немецких газетных научно-проблемных статей): Автореф. дис... к. филол.н. 10.02.04. Мос. ордена Дружбы Народов ГИИЯ им. М. Тореза. – М., 1990. – 24 с.

Плотникова О. А.

МОНИТОРИНГ ИНИЦИАТИВЫ В ЖАНРЕ ИНТЕРВЬЮ

Коммуникативная инициатива как дискурсивная категория, характеризующая взаимодействие собеседников и их стратегий в конкретном эпизоде коммуникации, не раз становилась предметом исследования отечественных и зарубежных специалистов в области речевого общения [1, 3, 4].

Как правило, индивиды вступают в коммуникацию с разными установками, целями, эмоциями, поэтому любое взаимодействие характеризуется неодинаковой степенью участия собеседников, неодинаковой заинтересованностью, императивностью: кто-то владеет коммуникативной инициативой, доминирует в общении и тем самым определяет и предписывает путь развития взаимодействия, а кто-то оказывается в роли ведомого. При этом коммуникативная инициатива может переходить от одного участника разговора к другому, причем такой переход осуществляется различными способами: естественным образом либо специальными усилиями коммуникантов, без борьбы, не вопреки намерению партнера либо в конкурентной борьбе, вопреки его воле [3].

Нормальный ход диалога предполагает естественный переход инициативы от одного коммуниканта к другому: собеседники не перебивают друг друга, не «сваливают инициативу» друг на друга. В этих случаях диалог строится как последовательность элементарных циклов: вопрос – ответ, сообщение – выражение отношения к нему. Такой порядок смены ролей в диалоге не связан с контролем над распределением инициативы и свидетельствует о существовании некой нормы. Сознательные усилия партнеров, направленные на перераспределение инициативы, обусловлены тактическими задачами и демонстрируют своего рода отклонение от этой нормы [1].

Подобного рода усилия находят отражение о специальных репликах коммуникантов, такие реплики способствуют либо сохранению инициативы в одних руках, либо переходу инициативы от одного собеседника к другому.

По мнению О. С. Иссерс [1], при выделении коммуникативных ходов, реализующих стратегию контроля на инициативой, следует учитывать следующие факторы: усилия собеседников (говорящего или слушающего), позиция (намерение) партнера и степень активности (вежливости) того, кто осуществляет перераспределение инициативы.

Речевое поведение говорящего характеризуют следующие коммуникативные ходы: «*передача инициативы*», «*навязывание инициативы*», «*сохранение инициативы*», «*удержание инициативы*». В арсенале слушающего можно найти такие приемы, как «*взятие инициативы*», «*перехват инициативы*», «*поощрение инициативы*», «*уклонение от инициативы*» [1].

Все перечисленные ходы можно обнаружить по репликам-регуляторам метатекстового характера.

Задача данной статьи – проследить, как осуществляется мониторинг инициативы в интервью и какие коммуникативные ходы характерны для его участников (интервьюера и интервьюируемого).

Материалом для исследования послужили печатные и телеинтервью с известными политиками, артистами, спортсменами за период с 1999 по 2006 гг.

Интервью представляет собой неравноправный диалог, в котором право распоряжения инициативой принадлежит журналисту, решающему, кто и в какой момент будет владеть ею, т.е. выступать в роли доминирующего партнера [2]. «Интервью «вопрос – ответ» – это даже не беседа. Интервью – это выполнение задачи, поставленной перед собой, с помощью собеседника (Д. Дибров).

Однако факты свидетельствуют о том, что в интервью контролировать владение инициативой могут оба коммуниканта: как интервьюер (что является нормой данного вида диалогического взаимодействия), так и интервьюируемый (что в большинстве случаев является аномалией и потому представляет интерес для исследования).

Именно нарушения естественного хода интервью обнаруживает тактический замысел, вследствие чего этот жанр нередко превращается в своеобразную психологическую игру, более напоминающую невидимую дуэль двух индивидуумов – интервьюера и интервьюируемого, а иногда переходит и в прямолинейный, грубый обмен ударами.

Коммуникативный ход «**передача инициативы**» используется в том случае, когда участник интервью, являющийся ведущим на определенном этапе диалога, претендует на статус ведомого и передает инициативу своему собеседнику. При этом переход инициативы от говорящего к слушающему осуществляется не вопреки намерению партнера и усилиями первого коммуниканта. Если в роли ведущего выступает журналист, то такая ситуация является нормой интервью. Передать инициативу интервьюер может с помощью очередного вопроса, утверждения, требующего ответной реакции (согласия/несогласия/уточнения/опровержения), а может использовать специальную метатекстовую реплику, сигнализирующую о перераспределении инициативы:

Расшифруйте, Владимир Николаевич, о чем речь;

Ну, это уж... Объясни

Подобные реплики могут быть достаточно категоричными, как во втором примере, но чаще категоричность смягчается за счет обращения, этикетных формул вежливости, выражения побуждения в виде просьбы и т. д.

В таких случаях контроль за распределением инициативы тесно связан с мониторингом понимания, поскольку вопросы, которые журналист предлагает своему собеседнику, адресованы также потенциальному читателю (слушателю), всегда задаются с оглядкой на него.

Обратная ситуация, когда инициатива передается журналисту интервьюируемым, является менее типичной. В данном случае участники интервью как бы меняются местами, начиная выполнять функции своего партнера (здесь и далее жирным шрифтом выделены реплики интервьюера):

- У меня много разных книжек. Мемуарную литературу вообще люблю. Что вы еще в моем доме заметили?

*- **Гвоздь, на котором раньше висела фотография.***

*- **И что?** (интервью с Е. Киселевым, «Комсомольская правда», 26 марта 2002, с. 9).*

В этом фрагменте интервью собеседник сигнализирует о передаче инициативы интервьюеру дважды: в первом случае с помощью обычного вопроса, во втором – используя так называемый «вопрос-мостик».

Иногда сигналом передачи инициативы может служить намеренная пауза в середине фразы, рассчитанная на подхват реплики собеседником. Подобный прием встречается в речевом поведении обеих сторон:

- Пусть каждый понимает игру как умеет.

*- **Тут вы ставите в предложении запятую и продолжаете: но...***

- Нет, на словах легионеры уверяют, что счастливы защищать цвета российских клубов, но стоит копнуть поглубже...

- ...как тут же выясняется, что Манише лишь в Москве впервые услышал о Льве Яшине (интервью с В. Маслаченко, «Комок», 12 апреля 2006, с. 10-13).

Если намерение партнера взять инициативу не учитывается, мы имеем дело с приемом «**навязывания инициативы**»:

- Почему, на ваш взгляд, англичане и американцы не допустили наших специалистов к своим подводкам, которые паслись в Баренцевом море во время учений?

- Они это объясняли, вы помните.

-Объясняли, но меня интересует мнение Куроедова (интервью с В. Куроедовым, «Комсомольская правда», 22 ноября 2001, с.8)

В приведенном примере навязывание инициативы происходит усилиями интервьюера, однако журналист, используя риторический прием «укрупнения собеседника», смягчает категоричность требования.

Обратные случаи (навязывание инициативы усилиями интервьюируемого) для интервью нетипичны.

В рассмотренных выше примерах переход инициативы от одного коммуниканта к другому осуществляется усилиями ведущего партнера, т. е. говорящего в данный момент.

Ведомый коммуникант может взять инициативу у говорящего. Прием коммуникативный ход **«взятие инициативы»** используется обеими сторонами:

а) интервьюируемым

-Александр Борисович, читатели не простят, если я не задам вам вопрос про...

-Можете не спрашивать, отвечу и так. Роль Фокса в фильме «Место встречи изменить нельзя» сделала меня известным, но надолго сломала кинокарьеру... (интервью с А. Белявским, «Комсомольская правда», 7 мая 2002, с. 22).

б) интервьюером

-А у американцев нет будущего, потому что для них экономическая выгода дороже всего. Будущее же не за экономистами и политиками, а за людьми культуры. Политики – это дрянь. Тем более у нас в России лишь два настоящих политика. Это...

-Путин!

-Он, да еще Жириновский (интервью с М. Задорновым, «Комсомольская правда», 10 апреля 2002, с. 6).

«Мирный» характер перераспределения инициативы подтверждается здесь отсутствием недовольства партнера.

Нередко встречаются также попытки собеседников овладеть коммуникативной инициативой неожиданно для говорящего, при его сопротивлении. В таком случае перед нами прием **«перехват инициативы»**, также характерный для обоих участников:

-Люди самых разных политических ориентаций говорят, что они страну любят. Есть у нас какой-нибудь политический деятель, или политическая партия, или движение, которые бы говорили, что они антипатриоты?

-Еще недавно они это слово не употребляли. Теперь они готовы содрать с себя кожу, лишь бы влезть на патриотическое поле. Им не поверят, им надо задать всего несколько вопросов: как вы относитесь к разрушению Союза? Они поддерживали. Как вы относитесь к тому беспределу, который позволил разграбить всю страну? Они поддерживали...

-Но и вы поддерживали. КПРФ-то голосовала за Беловежские соглашения?

-Ну не надо меня перебивать...

-Ну, Геннадий Андреевич, ну...

-КПРФ тогда не было, когда Беловежские соглашения были. КПРФ организована шесть лет назад (интервью с Г. Зюгановым, НТВ, «Итоги», 31.10.1999).

Сохранение инициативы в руках одного коммуниканта может обеспечиваться его собственными усилиями или усилиями его партнера.

Ведущий собеседник может сам сохранять инициативу не вопреки намерению партнера. Если ведущим в данном случае оказывается интервьюер, то такая ситуация опять-таки представляет собой норму интервью. Ведущим может оказаться интервьюируемый, в таком случае сохранение инициативы его собственными усилиями, как правило, связано со стремлением сохранить тему разговора:

-Скажи, для Кремля НТВ – это однозначно Гусинский?

-Да, там это синонимы.

-А для тебя?

-Отчасти. Сейчас объясню (интервью с В. Шендеровичем, «Комок», 13 февраля 2001, с. 6).

Если партнер по коммуникации сопротивляется сохранению инициативы в руках ведущего собеседника, то можно говорить о приеме **«удержание инициативы»**. Иллюстрацией может служить приведенное выше интервью с Г. Зюгановым: в то время, как один из коммуникантов пытается перехватить инициативу, второй, наоборот, старается ее удержать, отстраняя от инициативы первого. Таким образом, коммуникативный ход «удержание инициативы» входит в число приемов, используемых обоими участниками интервью.

Подобные примеры иллюстрируют ситуации, когда инициатива сохраняется (в случае сопротивления – удерживается) в руках одного и того же коммуниканта благодаря его собственным усилиям. Теперь обратимся к случаям, когда усилия для этого прилагает второй коммуникант, т. е. ведомый на данном этапе интервью.

Слушающий может поощрять инициативу говорящего посредством минимальных реплик, типа: «Да-да», «Конечно», «Понимаю» и т. д. Инициатива в этом случае сохраняется в руках первого коммуниканта не вопреки намерению партнера. Обычно ход **«поощрение инициативы»** используется интервьюером:

-Нет сомнения, что бен Ладен очень умный человек. Но если отбросить анализ терактов под его гипотетическим руководством и «посчитать» только его абсолютную речь – коэффициент интеллекта бен Ладена сразу резко падает, не дотягивая даже до 150.

-Иными словами...

-... иными словами, с его реальным IQ бен Ладен не смог бы организовать масштабную террористическую войну (интервью с В. Феритом, доктором психологических наук, «Комсомольская правда», 19марта 2002, с. 10).

Возможен и обратный случай, когда интервьюируемый поощряет инициативу журналиста, правда, такие ситуации встречаются реже, и данный коммуникативный ход реализуется в основном либо с помощью вопросов, либо посредством прямого призыва продолжать говорить:

-Хочу, Николай Петрович, сообщить вам страшную тайну.

-Надеюсь, только мне по секрету рассказываете? Тогда колитесь! (интервью с Н. Караченцовым, «Комок», 2002 № 16, с. 6).

Способом сохранения инициативы в руках ведущего – но вопреки его намерению – является случай, когда ведомый использует прием **«уклонение от инициативы»**, который может реализовываться в виде коротких, иногда однословных, ответов, демонстрирующих коммуникативную пассивность:

-Вам известны документы, в которых отражены последние доклады командира лодки Лячина?

-Обыкновенные рабочие документы.

-Не было ли доклада, который предвещал беду?

-Нет.

-Все шло в штатном режиме?

-Да (интервью с В. Куроедовым, «Комсомольская правда», 22 ноября 2001, с. 9).

Данный коммуникативный ход характеризует только речевое поведение интервьюируемого и часто бывает связан с уклонением им от темы.

Таким образом, мониторинг инициативы представляет собой один из способов поддержания диалогического взаимодействия. Хотя интервью является неравноправным диалогом с точки зрения контроля над очередностью и временем говорения, участвовать в распределении коммуникативной инициативы могут и журналист, и его собеседник. Для этого в их речевом репертуаре есть специальные коммуникативные ходы, одни из которых свойственны обоим партнерам («передача инициативы», «взятие инициативы», «перехват инициативы», «сохранение инициативы», «удержание инициативы», «поощрение инициативы»), другие – только интервьюеру («навязывание инициативы») либо только интервьюируемому («уклонение от инициативы»).

Литература

1. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Омск, 1999.
2. Лукина М. М. Технология интервью. – М., 2003.
3. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М., 2003.
4. Sacks H., Schegloff E. A. and Jefferson G. A simplest systematics for the organization of turntaking for conversation // Language: Journal of the Linguistic Society of America. 1974, v. 50, № 3, 696-735.

Плужникова Т. И.

АРТИОНИМЫ КАК ОБЪЕКТ СЕМАНТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Одним из отличительных признаков имен собственных является, как известно, отсутствие у них лексического значения, ибо имена собственные «называют индивидуальные предметы, входящие в класс однородных, однако сами по себе не несут какого-либо специального указания на этот класс» [6, с. 460], то есть они соотносятся с референтом, но не с денотатом. В виду того, что семантический анализ предполагает вычленение семантических множителей, составляющих семантическую = лексическую¹ структуру слова, естественно предположить, что они не могут быть подвергнуты семантическому анализу. Видимо, это положение абсолютно справедливо только в отношении личных имен, кличек животных, географических и астрономических названий, то есть собственных имен в узком смысле этого слова [Там же], поскольку вопрос о возможности значения у имени собственного лингвистами обсуждается (Пономарева Н. И., Соколова О. И. и др.).

В русском языкознании общая теория имен собственных уже создана, что было бы невозможно без трудов А. В. Суперанской, Н. В. Подольской, В. А. Никонова и др. Немало научных работ, в которых рассматриваются отдельные группы имен собственных: антропонимы, топонимы, теонимы, зоонимы и т.д. Однако специальных исследований, посвященных артионимам, до настоящего времени не было.

По определению «Словаря русской ономастической терминологии» Н. В. Подольской, артионим² – «имя собственное (название) произведения изобразительного искусства (живописи, графики, пластики)» [5, с.38]. Артионимы относятся к категории названий, связанных с духовной культурой, то есть составляют подкласс идеонимов.

Специфичность артионимов в ряду других имен собственных обусловлена и тем, что они являются наименованиями, а «для имен собственных наименований используются нарицательные существительные или