

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Епифанцева Н.Г. Французский синтаксис (в сопоставлении с системой русского языка). М.:МНЭПУ, 2001. 195 с.
2. Падучева Е.В. Семантика нарратива //Семантические исследования. М. 1996.
3. Aikenvald, Alexandra. Evidentiality. New York, Oxford University Press. 2004.
4. Bouscaren, J. & J. Chuquet. Grammaire et textes anglais. Guide pour l'analyse linguistique. Paris: Ophrys. 1987.
5. Dendale, P. DEVOIR épistémique : marqueur modal ou évidentiel ? - Langue française 1994.
6. Dendale, P. & L. Tasmowski Introduction : Evidentiality and related notions. 2001
7. Guentchéva, Z. Manifestations de la catégorie du médiatif dans les temps du français. - Langue française, 1994.
8. Halliday, M.A.K. An Introduction to Functional Grammar. - London : Arnold. 1994.
9. Hyland, K. Hedging in scientific research articles. - Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 1998.
10. Kronning, H. Modalité et évidentialité.- In Birkelund, M., 2003.
11. Le Querler, N. Typologie des modalités. - Caen : Presses universitaires de Caen. 1996.
12. Lyons, J. Semantics. - Cambridge: Cambridge University Press. 1994 [1977]
13. Nuyts J. « Modality : overview and linguistic issues », in The expression of modality, - Berlin, 2006.
14. Nølke, H. Le regard du locuteur.- Paris, 1993.
15. Palmer, F.R. Mood and modality. 2nd ed. - Cambridge : Cambridge University Press. 2001.
16. Vinzerich A. La sémantique du possible : approche linguistique, logique et traitement informatique dans les texts - Sorbonne 2007
17. Le Grand Robert 2e edition 2005.

A. Musatov

THE CATEGORY OF EPISTEMICITY AND ITS MANIFESTATION IN LANGUAGE

Abstract: Epistemic modality is the marking of the speaker's degree of certainty and/or the necessity/possibility of the truth of the propositional content. The present article focuses on description of epistemic modality. Other goal is delimitation of the category of epistemic modality and the ways in which it overlaps with and differs from evidentiality.

Key words: epistemic modality, epistemicity, evidentiality.

УДК 81'42

Нестерова О.Б.

СТРУКТУРА ЛИЧНОСТИ КОММУНИКАНТА И РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ТЕКСТЕ ИНТЕРВЬЮ*

Аннотация: Статья посвящена проблеме речевого воздействия в тексте интервью. В ней анализируются возможности оказания речевого воздействия при помощи эксплицитной и имплицитной информации при характеристике личности интервьюируемого на материале текста интервью. В статье также поднимается вопрос о структуре личности коммуниканта и о выполняемых им социальных ролях. Материал для исследования рассматривается с позиций диктемной теории строения текста.

Ключевые слова: текст интервью, речевое воздействие, имплицитная и эксплицитная информация, диктема, социальные роли коммуниканта.

Изучение речевого воздействия может вестись с позиций различных отраслей знания, таких

как психология, психолингвистика, социология, стилистика, риторика, культура речи, журналистика и т.д. Исследование речевого воздействия является одной из задач прагмалингвистики, поскольку она анализирует такие понятия как перлокуция, перлокутивный акт и эффект речи.

Целью высказывания может быть оказание определенного воздействия на слушателя, например, побудить его к совершению какого-либо действия, разубедить в чем-либо, расстроить или обрадовать и т.д. Такой эффект речи называется перлокутивным эффектом. Впервые о перлокутивном эффекте говорил английский логик Дж. Остин в курсе лекций, прочитанном в Гарвардском университете в 1955 году и опубликованном в 1962 году под названием «Слово как действие». Под перлокутивным эффектом понимается воздействие, которое высказывание оказывает на адресата, те изменения в состоянии или поведении адресата, которые могут являться результа-

* © Нестерова О.Б.

том речевого акта.

Смысл коммуникативной единицы может исследоваться с позиций лингвистики общения. «Эта отрасль коммуникативной лингвистики призвана исследовать смысл лингвистической единицы в соотношении с факторами общения, и в частности с личностью коммуниканта» [Тарасова, 1993, С. 70].

Коммуникант может выполнять различные роли, одновременно являясь целостной личностью. «Лингвистика общения, учитывая разнообразные факторы общения, вычленяет в личности коммуниканта Я телесное (физическое), Я социальное, Я интеллектуальное, Я психологическое (эмоциональное) и Я речемыслительное. Ипостаси Я имеют различные формы манифестации. Так, Я психологическое может проявляться в психологических ролях в качестве Родителя, Ребенка или Взрослого, которые исследуются в рамках трансактного анализа» [5, 70]. Анализируя смысл текста с позиций лингвистики общения, учитываются те ипостаси или Я, в которых выступает коммуникант. Эти роли не обязательно должны восприниматься буквально. Например, политик может выступать в роли Отца, Лидера, Опекуна по отношению к нации, а может и в буквальном смысле выступать в роли Отца по отношению к своим детям (за такой ролью Отца можно понаблюдать, например, в имиджевых интервью, в которых участвует вся семья политика или отдельные ее члены).

В нашей работе мы рассматриваем и анализируем манипулятивное речевое воздействие не на уровне отдельных предложений, а на уровне диктема, т.к. именно диктема, занимая промежуточное положение между предложением и текстом, представляет собой законченную мысль, и дает возможность увидеть, как осуществляется речевое воздействие в рамках одной мысли и как достигается эффект внушения.

Диктема, открытая М.Я. Блохом, - это элементарная единица текста, состоящая из одного или нескольких предложений, назначение которой – выражать определенную тему [Блох, 2000, С. 62]. В связанном тексте каждая новая тема есть уже другая диктема.

Нам представляется более удобным анализировать речевое воздействие именно на уровне диктема, а не отдельно взятых предложений, т.к. диктема полностью раскрывает одну из тем, входящих в состав текста и представляет собой законченную мысль, и, соответственно, реализацию функции воздействия на уровне законченно-го высказывания проследить становится проще.

Смысл диктемы отражает особенности ре-

чезового поведения коммуникантов, реализуемые ими на протяжении всего процесса коммуникации речевые стратегии и роли, в которых коммуниканты выступают на определенном этапе процесса коммуникации.

Диктема может содержать в себе как информацию, выраженную эксплицитно, так и импликацию и пресуппозицию. И.В. Арнольд определяет текстовую импликацию как дополнительный подразумеваемый смысл, вытекающий из соотношения соположенных единиц текста, но ими вербально не выраженный [Арнольд, 1982, С. 84]. Как отмечает Арнольд, «текстовая импликация реализуется в микроконтексте, границы которого определяются его референтом – текстовой, т.е. изображенной в тексте ситуацией. Основными компонентами ситуации являются участвующие в ней персонажи... Факультативными элементами текстовой ситуации являются время, место действия, поступки действующих лиц и релевантные для их действий предметы» [1, 84]. Такой микроконтекст будет заключен в диктеме как в элементарной тематизирующей единице речи, т.е. мы можем сказать, что текстовая импликация реализуется в рамках диктемы.

Тарасова И.П. связывает термин «импликация» с понятиями «вытекающей мысли» или «смысла-следствия», а пресуппозицию с понятиями «исходная мысль» или «исходный смысл» [5, 72]. Смысл-следствие, являясь имплицитной информацией, непосредственно вытекает из информации, выраженной в диктеме эксплицитно, что дает возможность говорящему «приращивать» дополнительные смыслы, не прибегая к прямой номинации. Импликация воздействует на эмоции, при помощи нее создают определенные оценки и отношение к сказанному.

Пресуппозиция и импликация связаны с ролями коммуникантов и с ипостасями их Я, что является одним из оснований для использования их в целях оказания речевого воздействия [5, 72].

На примере анализа речевого материала, а именно интервью семьи кандидата в президенты США Барака Обамы, проследим, как реализуются различные роли коммуниканта и как это способствует реализации речевого воздействия и созданию при помощи импликации и подтекста определенного имиджа.

А.Д. Кривоносов относит имиджевое интервью к такой разновидности PR-текстов как медиатексты. Кривоносов делит все тексты СМИ на журналистские, рекламные и PR-тексты. Здесь нам следует оговориться, что под текстами данный филолог вслед за Гальпериным понимает

только печатные тексты. Говоря о разнице между журналистским и PR-текстом, а значит и медиатекстом, Кривоносов пишет: «Основное отличие медиатекста от журналистского состоит в том, что социальная информация о социальном субъекте – о базисном субъекте PR инициируется, в отличие от журналистского текста, самим базисным субъектом: PR-информация опосредуется через СМИ по инициативе данного конкретного базисного субъекта PR» [Кривоносов, 2002, С. 235]. То есть основной отличительной особенностью PR-текстов является их инициированность непосредственно самой заинтересованной стороной.

Несмотря на то, что наше понимание текста как произведения письменной и устной речи расходится с толкованием текста, предложенным Кривоносовым, мы находим интересным и целесообразным деление текстов СМИ на журналистские и рекламные медиатексты, называемые им также PR-текстами. Данные типы текстов преследуют разные цели и их инициаторами являются разные стороны. Если целью журналистского интервью является выявление истины, получение информации или комментариев по проблеме, то цель имиджевого (PR) интервью – преподнести информацию в оптимизированном, выгодном для заказчика виде.

Имиджевое интервью всегда содержит оптимизированную, заранее отобранную информацию. Импликация, подтекст и эксплицитная информация в таком интервью служат единой цели – формирование имиджа объекта. Эти интервью, как правило, инициируются самими заинтересованными лицами или организациями, нарабатывающими себе определенный имидж, т.е. субъектами PR, в то время как инициатором журналистского интервью может быть сам журналист или медиаструктура, которые он представляет. Основной задачей имиджевого интервью является создание, закрепление, корректировка или поддержание имиджа персоны или организации. Реализации данной задачи способствует такая особенность интервью как изложение фактов от лица интервьюируемого, что дает возможность донести до слушателя информацию, основанную на его суждениях.

Как отмечает Кривоносов, «отличительной особенностью имиджевого интервью от журналистского будет его преобладающий и, пожалуй, единственный тип – интервью-беседа, где отсутствует полемичность. В имиджевом интервью вопросы нацелены на конкретные ответы; и вопросы, и ответы будут в полной мере способствовать формированию оптимальной коммуника-

ционной среды базисного субъекта PR» [4, 246]. Роль журналиста в подобном интервью сводится лишь к озвучиванию заранее заданного плана и поддержанию беседы, а не к дискутированию на общественно-значимые темы и поиску истины.

Интервью транслируются через любые СМИ: телевидение, радио, печать и Интернет. Чтобы компенсировать недостаток печати, заключающийся в отсутствии зрительного образа, данные тексты сопровождаются иконическими материалами: знаками, символами, имиджевыми фотографиями.

Интервью позволяют порой достигать большего эффекта, чем прямая реклама и рекламные слоганы. Лучше всего образ политика формируется не посредством хвалебных речей или статей, а посредством более тонкого воздействия, при котором на имидж политика работают другие факторы, например, отзывы независимых экспертов, других политиков, или лиц, не имеющих непосредственной выгоды от его продвижения.

В качестве материала для исследования мы выбрали первое семейное интервью на тот момент кандидата в президенты США Барака Обамы. Обама женат, у него есть две дочери 7 и 10 лет, которых он старался держать подальше от политики. Но, став тем единственным кандидатом, выдвинутым от демократической партии и вступив в открытое противостояние с кандидатом от республиканской партии Джоном Мак Кейном, Обама решает пустить в ход ранее неиспробованные методы политической борьбы.

Корреспонденту американского канала NBC Марии Менунос (Menounos) посчастливилось взять это интервью в день, когда вся Америка праздновала День Независимости, а семья Обама - день рождения старшей дочери Малии. Барак Обама играет в данном интервью сразу несколько социальных ролей: роль мужа, отца и главы семьи, а также роль кандидата в президенты страны.

Как отмечает Мария Менунос, она застала семью Обама в непринужденной и расслабленной атмосфере (*relaxed and carefree mood*). Место проведения интервью соответствующее - это не рабочий кабинет, а дворик дома, где остановилась семья Обамы во время его турне по стране в городе Butte, штат Монтана. Целью интервью не является разговор о политике и о том, каким видится Барак Обама будущее его страны и мира в целом. При помощи журналистки Марии Менунос кандидат от демократов хочет показать другую сторону своей личности, незаметную в политической борьбе, а именно - каким он явля-

ется человеком, отцом, мужем. Целью сенатора является PR, а именно – приращение публичного капитала. При помощи интервью он решил разнообразить средства достижения данной цели, так как избиратель может устать от постоянного воздействия неприкрытых рекламных и PR-сообщений, которые в чрезмерном количестве могут создать негативное впечатление, вызвать спонтанный протест против навязываемой оценки или мнения. К тому же далеко не все избиратели способны разобраться в сложных политических программах кандидатов в президенты и в предлагаемых ими путях решения экономических проблем (а в кризисные для экономики США дни, данные предложения становились все более и более запутанными). Зато любой избиратель сможет составить впечатление о семье политика, просмотрев двадцатиминутное интервью с ним или прочитав его текст в газете.

Сам кандидат в президенты не играет в беседе лидирующую роль, на первый план выходят его жена и дочери, именно с их слов складывается психологический портрет Обамы.

Все участники интервью ведут себя весьма непринужденно и естественно. Журналист, задавая вопросы, часто обращается к ним, используя неформальное словечко «guys», как будто обращается к друзьям или хорошо знакомым людям. Таким образом, чтобы акцентировать внимание на непринужденном тоне беседы, журналист использует тактику нарушения норм речевого этикета, воздействуя на социальное «Я» участников беседы. Даже это маленькое слово имеет свою импликацию, оно говорит о том, что с данными людьми можно разговаривать непринужденно, доверительно и демократично. И действительно, интервью получилось очень откровенным, такой своеобразный имиджевый «разговор по душам».

В начале интервью Мишель Обама сообщает о том, что сегодня день рождения Малии, старшей дочери. Далее, обращаясь к девочке, она начинает говорить загадками, понятными только членам семьи, таким образом, сразу создается ощущение, что вы попали в тесный круг, в котором посторонним обычно не место, это сплоченная семья со своими традициями, которая решила немного приоткрыть занавес, скрывающий все то, что называется личной жизнью.

Michelle Obama: "Today is Malia's birthday. What do we usually do for your birthday that we're going to do next weekend, but not this weekend?"

Malia: "Birthday party!"

Michelle Obama: "We usually march in a parade somewhere and then it's a birthday extravaganza".

Barack Obama: "Girls in my house... Sleepovers!"

Таким образом, первая микротема посвящена традиции семьи Обама отмечать день рождения девочки и День Независимости США (по воле случая эти две даты в семье Обама совпали). Парад по случаю Дня Независимости, затем вечеринка для детей, после которой гости могут остаться на ночь – традиции образцовой американской семьи. Именно это сообщение и усваивается зрителем, информация, передающаяся имплицитно – семья, поддержание семейного уюта и добрых старых традиций, а соответственно, стабильность всегда на первом месте для сенатора Обама.

Затем лидирующую роль в беседе занимает десятилетняя дочь сенатора Малия, которая рассказывает о том, что ее отец не всегда знает, как вести себя с ее ровесниками.

Malia: My friend Sam, she came over and daddy has never met Sam before. He was like, 'Hi!' and he shook her hand and I was like, 'You know daddy, you really don't shake kids' hands that much. You shake adults' hands. And he's like, 'Then what do you do?' and I was like, 'You know, you just wave or you say hi. So I do that kind of stuff'.

Interviewer: She keeps you cool.

Barack Obama: She basically avoids me embarrassing her by giving these tips, especially when I'm around her friends (laughing).

По-детски простодушное и просторечное "He was like, 'Hi!' ... and I was like, 'You know daddy..."", как и само активное участие детей в разговоре придает интервью некоторое очарование. Из приведенного выше диалога видно, что отношения в семье Обама демократичные, отец прислушивается к советам дочери и даже разрешает ей немного покриковать себя (отца) на публике. Импликация – сенатор умеет выслушать критику, с дочерьми находится в партнерских и дружеских отношениях, прислушиваясь к их мнению, с юмором воспринимает некоторые свои недостатки.

Положение сенатора, баллотирующегося в президенты, не подразумевает достаточного пребывания дома в кругу семьи. Поэтому следующая тема, которую затрагивает журналистка – как можно рационализировать это время, провести его с максимальной пользой. Эта тема разворачивается в рамках третьей диктемы текста:

Interviewer: "How do you, guys, maximize your time when you are together?"

Michelle: "We incorporate a lot of fun. We have family with us now. We've got water pistols!" ... "The girls are having fun running around, so you

know, we're usually doing picnics and fairs and ice cream parlors and things that are fun for the kids, and obviously fun for us, and a lot more fun than listening to daddy talk."

Barack: "They basically cut when I start making speeches." (laughs).

Michelle: "It's like, is he talking?"

Данный мини диалог апеллирует к типичным идиллистическим представлениям о семейном быте американцев: ярмарки, пикники по выходным, веселье, беготня и смех детей, мороженое. Эта картина противопоставляется рабочим будням сенатора: «*Это намного интереснее, чем слушать, как говорит папа*», «*Они сразу обрывают меня, когда я начинаю произносить речи*». Таким образом, «папина работа» иногда навеивает на детей скуку, как это бывает во многих других семьях. Импликация данной диктемы: у Барака Обамы помимо политики есть совершенно другая сторона жизни и роль, которую он с успехом выполняет. Это роль отца в семье, отца доброго и демократичного, играющего с детьми, позволяющего им над собой подшучивать и считать его работу иногда скучной. Эта сторона жизни сенатора яркая, интересная, наполненная множеством простых и в тоже время столь ценных всеми радостей.

Далее разговор становится еще более откровенным, в интервью затрагивается тема романтики во взаимоотношениях супругов Обама.

Interviewer: "What is the most recent romantic gesture you, guys, have done for each other?"

Michelle Obama: "Barack is very romantic. You brought me flowers the other day."

Barack: "I did".

Michelle: "He always brings me flowers. We always go on dates. When he is home we always have... we always had dates."

Interviewer: What's the most recent romantic thing you've done for him?

Michelle: Take care of your children! (Laughs) ... That is love.

Barack: That is pretty romantic.

Michelle: I think it's little kisses. You know he likes to get attention. I'd just come and sit in his lap. ... She (Malia) likes when mummy and daddy hold hands and we ... we ... we cuddle.

Семейная идиллия, когда супруги целуются, держатся за руки и продолжают романтично назначать друг другу свидания. Импликация: сенатор Обама – нежный и заботливый супруг, любящий дарить и получать знаки внимания. Мы смотрим на сенатора уже не как на политика, а узнаем его человеческие характеристики, черты его характера, привычки. В этом откровенном

разговоре супруги Обама как бы говорят о том, что им нечего скрывать, декларируют свою открытость.

В завершающей части интервью дети и супруга сенатора только и подшучивали над главой семьи, разоблачая все его вредные привычки, начиная от привычки бросать сумку прямо у входа в дом, где дети о нее спотыкаются, и заканчивая невниманием к одежде (причем, нужно отметить, что сенатор Обама никогда не появляется на публике в небрежном виде). В свою очередь, когда сенатору дают возможность покритиковать своих «girls», он от критики воздерживается: «Вы все идеальны», заявляет глава семьи.

Malia: When you come home, you know you have this big gigantic bag and you leave it at the front door. Sometimes I trip over it.

Michelle: Yea. You leave this bag right there and it's heavy.

Sasha: And you always leave your bag on my shoes.

Malia: So what do we do?

Barack Obama: You are all perfect!

Мишель просит журналистку не смотреть на его туфли, которым уже давно пора найти замену, на брюки, которым уже лет десять, а дети смеются над его ремнем. Барак Обама молчит и улыбается, достойно выдерживая женский натиск.

Michelle: I've always loved clothes. He knows that. It's funny he is involved in this fashion I can't stop because these pants he's had for probably about 10 years.

Malia: And that belt.

Michelle: And don't look down at his shoes because ... we talked about getting new shoes for him. Don't look too closely.

Barack: I am baffled by this thing myself. I don't know what to say in this conversation.

Таким образом, из множества импликаций, отраженных в мини темах или диктемах всего интервью выстраивается весьма определенное значение подтекста. Барак Обама готов быть откровенным и открытым для американцев. Его семья представляет собой ту самую модель семьи, к которой многие стремятся.

Возвращаясь к теме речевого воздействия, следует отметить, что данное интервью способно привлечь на сторону сенатора множество избирателей, еще сомневающихся, кому отдать свой голос. Акцентируя в интервью социальную роль отца и мужа, Обама высвечивает те свои характеристики, которые скрыты от избирателя, когда он выступает в роли политика. Человеку, являющемуся примерным семьянином, добрым и лю-

блещущим отцом, внимательным мужем, люди будут склонны поверить.

Интервью вызвало огромный резонанс среди американцев, его освещали все американские СМИ, кто-то критиковал его за излишнюю откровенность и использование детей в политической игре, но, тем не менее, свою функцию оно выполнило. А именно, вызвало огромное внимание общественности, раскрыло выгодные черты личности сенатора Иллинойса и привлекло определенную долю избирателей.

В заключение можно сказать, что речевое воздействие представляет собой сложное и многогранное явление речевой коммуникации, и в качестве такового оно может исследоваться с учетом множества факторов, в том числе и фактора содержательной многоликости коммуниканта, его психологических и социальных ролей, стратегии и тактики речевого общения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Арнольд И.В. Импликация как прием построения текста и предмет филологического изучения//Вопросы языкознания, № 4, 1982, С. 83-91
2. Блох М.Я. Диктема в уровневой структуре языка// Вопросы языкознания № 4, 2000, С. 56 - 67
3. Москвин В.П. Аргументативная риторика: теоретический курс для филологов, Ростов-на-Дону, 2008, 637 с.
4. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций, СПб, 2002, 287 с.

УДК 811.111

Сидорова Н.А.

ЦЕННОСТНАЯ ПРИРОДА ПОНИМАНИЯ В ДИАЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ*

Аннотация: В статье рассматривается природа понимания диалогического дискурса в аспекте её ценностной детерминации. Исследуются и выявляются аспекты ценностно-структурной организации речевой деятельности, которые выступают в качестве причин для ценностно-структурной организации высказывания, текста и являются основанием для восприятия и понимания диалогического дискурса.

Ключевые слова: природа понимания диалогического дискурса, ценностная детерминация, ценностно-структурная организация речевой деятельности, восприятие и понимание диалогического дискурса.

5. Тарасова И.П. Структура личности коммуниканта и речевое воздействие//Вопросы языкознания. № 5, 1993. С. 70 – 82
6. Чикилева Л.С. Риторический дискурс: Когнитивно-прагматический и структурно-стилистический аспекты: Монография. М.: Флинта: Наука, 2005, 316 с.
7. Austin J.L. How to do things with words. Oxford UP, NY, 1973, pp. 153
8. www.msnbc.com
9. www.todayshow.com
10. www.youtube.com

O. Nesterova

THE SPEAKER'S PERSONALITY STRUCTURE AND SPEECH EFFECT IN THE INTERVIEW TEXT

Abstract: The article highlights speech effect in texts of the interview genre. It analyses possibilities for speech effect and manipulation through implicit and explicit information in interview texts. The article raises the question of the structure of the speaker's personality and of the social roles performed by him. The factual material is analyzed from the dicteme theory of the text structure.

Key words: the interview text, speech effect, implicit and explicit information, dicteme, social roles of the speaker.

Сущность и строение понимания речи во многом остаются загадочными и составляют одну из извечных проблем наук о человеке. Вместе с тем многочисленные исследования психологов, герменевтиков и психолингвистов дают достаточно материала для построения целостных, достоверных, хотя и не исчерпывающих, моделей смыслового восприятия высказывания. Опираясь на труды отечественных психолингвистов, мы связываем процессы понимания с деятельностью характером речи вообще и диалогического дискурса в частности. «Наша речь в норме всегда целенаправленна, ибо речевое общение – это процесс решения задач общения при помощи речи. Когда мы производим речевые высказывания – всегда в норме целенаправленные.

* © Сидорова Н.А.