

Идентификация ЛСП эмоционального состояния «ненависть» является первым шагом на пути исследования способов его выражения, как вербальных, так и невербальных. Следует, по-видимому, различать ненависть как эмоцию, внутреннее состояние человека, которое оказывает влияние на все аспекты его деятельности, и ненависть как чувство, которое человек может только испытывать по отношению к другому лицу или чему-нибудь. Соответственно, способы выражения их будут различными. Точно так же, как будут отличаться описание чувств автором или говорящим и непосредственное выражение чувства ненависти в речевом акте.

Г. А. Змудяк

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКИХ ТЕЛЕИНТЕРВЬЮ

В речевом общении может быть выделен ряд аспектов, соответствующих поставленной говорящими задаче: информативный, прескриптивный (воздействие на адресата), экспрессивный (выражение эмоций, оценок), межличностный (регулирование отношений между собеседниками), игровой (апелляция к эстетическому восприятию, воображению, чувству юмора) и т.д. (Н. Д. Арутюнова).

Речевое общение несет в себе различные функции, что позволяет его классифицировать. По характеру передаваемого содержания различают общение информативное и фатическое. Фатическое общение имеет основную установку на речевой контакт и поддержание с собеседником речевых и социальных отношений, на их регулирование.

В естественной коммуникации трудно представить ситуации, когда поставленную цель можно достичь с помощью одного-единственного обращения к партнеру. Речевое общение вариативно: решение коммуникативной задачи допускает несколько способов (ходов). Участники диалога корректируют свои действия в зависимости от сложившейся ситуации, оставаясь в рамках единой сверхзадачи. Сверхзадача и коммуникативные ходы соотносятся с понятиями стратегии и тактики.

Стратегия речевого поведения охватывает всю сферу построения процесса коммуникации, когда целью является достижение определенных долговременных результатов. Речевая стратегия, представляя собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана (О. С. Иссерс);

Речевая стратегия определяет семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего. В зависимости от степени «глобальности» намерений речевые стратегии могут характеризовать конкретный разговор

с конкретными целями (обратиться с просьбой и т.п.) и могут быть более общими, направленными на достижение общих социальных целей (установление и поддержание статуса, подтверждение власти и т.д.). В связи с этим разграничиваются общие и частные стратегии. Так, общая стратегия дискредитации реализуется в частных стратегиях обвинения, оскорбления, насмешки.

С функциональной точки зрения можно выделить основные и вспомогательные стратегии. Основная стратегия – это стратегия, которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой для реализации мотивов и целей. В большинстве случаев это те стратегии, которые непосредственно связаны с воздействием на адресата, его модель мира, его поведение. Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия (стратегия самопрезентации, статусные стратегии и т.п.).

Конечной целью любой речевой стратегии является коррекция мира адресата. Рядом предложений, реакций, контрпредложений коммуниканты вводят в разговор свои собственные интерпретации, желая сделать их общими и тем самым добиться реализации своего замысла.

Типичная речевая ситуация включает говорящего и слушающего, а также высказывания говорящего, с которыми связаны самые разнообразные виды речевых актов. Однако говорящие могут осуществлять речевые акты не только по отношению к одному адресату, но и по отношению к определенному кругу других слушающих. Так, в телепередачах разговоры состоят из последовательных высказываний, которыми обмениваются два и более человека. С помощью каждого высказывания говорящий осуществляет иллокутивный акт, направленный на адресата. Однако именно зритель является конечным адресатом в данной речевой ситуации. Поэтому говорящий использует широкий набор языковых средств и речевых тактик, различных по способу воздействия на адресата (гостя телепередачи), чтобы максимально воздействовать на конечного адресата (телезрителя).

Важную роль в регулировании межличностных отношений играет тактика-комплимент. Основной функцией комплимента является установление контакта и поддержание добрых отношений. Говорящий стремится вызвать симпатию у своего собеседника, расположить его к себе. Отличительной чертой комплимента выступает явная демонстрация интенции говорящего – желание сказать нечто приятное собеседнику. Такое прагматическое толкование комплимента обусловлено фатической функцией данного речевого акта, которая сводится к установлению и поддержанию контакта. Телеведущий целенаправленно воздействует на адресата с тем, чтобы установить, поддержать, изменить, перевести в новую плоскость или на новый уровень диалог.

В телеинтервью широко представлена тактика «контроль над темой». Телеведущий осуществляет контроль – интеллектуальный, эмоциональный,

поведенческий. Именно он является доминирующим партнером диалога. Он способен изменить тему, отслеживает очередность ролей, контролирует, кто говорит, сколько и о чем.

Тактики «запрос информации» и «контроль над пониманием» также позволяют осуществлять воздействие на ход диалога, коррелируя между собой и являясь взаимодополняемыми и взаимообуславливающими, так как их цель – получение и уточнение информации.

Благодаря использованию тактик «комплимент», «контроль над темой», «запрос информации» и «контроль над пониманием» речевое поведение получает контактоустанавливающую, контактоподдерживающую, контактоконтролирующую модальность (фатическую), что создает особую личностно-доверительную обстановку и максимально приближает к личности говорящего. Все это, в свою очередь, дает возможность адресанту (телеведущему) воздействовать на адресата (гостя телепередачи), а в итоге – на конечного адресата (телезрителя), что и является основной задачей телеинтервью.

И. Ю. Климанская

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИЗВИНЕНИЯ НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ ТОК-ШОУ

Речевой этикет, являясь важной частью национального языка и культуры, представляет собой систему правил речевого поведения, нормы использования средств языка в определенных условиях. К нему, в частности, относятся слова и выражения, употребляемые людьми для прощания, просьбы, извинения, принятые в различных ситуациях формы обращения, интонационные особенности, характеризующие вежливую речь.

Феномен *извинения* на протяжении многих лет привлекает внимание исследователей. Изучая различные аспекты коммуникативного взаимодействия, лингвисты пытаются понять, каким образом использование определенных слов и выражений после совершения действия, которое, по мнению говорящего, нанесло моральный или физический ущерб его собеседнику, приводит к исправлению сложившейся ситуации.

Что касается реализации извинения во французских ток-шоу, то проведенный анализ 15 выпусков на разные темы позволил установить, что для них выражения извинения не являются частотными. Приблизительно в двух-часовом показе ток-шоу извинение может прозвучать всего два-три раза. В 15 ток-шоу удалось обнаружить 64 примера выражения извинения.

Исследование показало, что существует два способа выражения извинения во французских ток-шоу: *прямые* и *косвенные*. При этом *прямые* значительно превосходят *косвенные* и весьма однообразны. Они представлены такими стилистически нейтральными лексемами, как *excuser* и *pardoner*, а также их производными. На выбор той или иной формы извинения влияет ситуация общения, степень знакомства с человеком, которому адресовано извинение, и повод извинения.