

СИНТАКТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ В ТЕКСТАХ ИНТЕРВЬЮ

© Н. В. Бычкова

*Башкирский государственный университет
Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.*

Тел.: +7 (917) 349 53 44.

Email: n.bychkovskaya@mail.ru

В статье на материале современных немецких массмедийных текстов интервью рассматривается роль синтаксических средств при реализации коммуникативно-прагматической вариативности. Коммуникативная ценность интервью как вида текста в значительной степени предопределяется вариантами использования таких синтаксических средств, как коммуникативные и структурно-семантические типы предложений, эллипсис, парцелляция и апозиопезис.

Ключевые слова: медиатекст, коммуникация, прагматика, синтаксис, вариативность, интервью.

Объектом исследования в настоящей статье являются интервью, представленные в современной немецкой качественной прессе. Для усиления контраста рассматриваются тексты интервью разного объема. Предметом изучения и анализа выступают синтаксические средства, используемые в процессе кодирования информации в изучаемом нами виде текста. Цель данной работы состоит в выявлении средств актуализации синтаксической вариативности в публицистических интервью, опубликованных в журнале "Der Spiegel".

Настоящее исследование осуществляется в рамках коммуникативно-прагматически ориентированной лингвистики. Прагматический переход в лингвистике связан с тем, что первостепенными стали вопросы употребления языка и условий, в которых протекает коммуникативная деятельность, т.е. экстралингвистические факторы. Прагматическая лингвистика выделяется как область лингвистических исследований, имеющих своим объектом отношение между языковыми единицами и условиями их употребления в определенном коммуникативно-прагматическом пространстве [1, с. 32].

В русле исследований прагматической лингвистики текст рассматривается как прагматическая величина, направленная на выполнение соответствующей функции, под которой понимается коммуникативная задача, выполняемая используемыми в тексте языковыми и неязыковыми средствами [2, с. 58].

Тексты могут реализовывать в социуме несколько функций. Так, например, ведущими коммуникативно-прагматическими функциями, которые выполняют рассматриваемые нами тексты интервью, являются информирующая и воздействующая функции.

Относительно категории вариативности следует заметить, что данная категория является одной из важных лингвистических категорий. По мере развития общей теории языка сформировались разные подходы к ее изучению. Инвариант – это абстрактное обозначение одной и той же сущности в отвлечении от ее конкретных модификаций, отображающее общие свойства класса объектов, образуемого вариантами, и присущие каждому из вариантов [3]. Таким образом, вариативные ряды (пары) состоят из идентичных или близких по своему денотативному значению, но различающихся формально языковых явлений.

На синтаксическом уровне в тексте интервью нами выявлены варианты различных коммуникативных и структурно-семантических типов предложений, варианты использования эллипсиса, парцелляции и апозиопезиса.

Интервью строится как диалог между журналистом и его респондентом [4, с. 123], наиболее крупной структурно-семантической единицей которого является диалогическое единство (ДЕ). С точки зрения количества составляющих диалог реплик ДЕ могут быть

двучленными и многочленными. Только тогда, когда смысловая связь между вопросом и ответом дополнена грамматической и интонационной, сочетание двух реплик образует ДЕ. Внутреннюю структуру сообщения составляют два его компонента, а именно: тема и рема. Рема – это компонент коммуникативной структуры, который конституирует речевой акт сообщения. Соответственно, тема не является конституирующим компонентом сообщения, который противопоставлен реме [5, с. 23].

В рассматриваемых текстах интервью нами выявлены варианты использования коммуникативных типов предложений. Посредством коммуникативной модальности – вопросительной, побудительной, утвердительной, отрицательной – данные типы предложений выражают цель, которую ставит перед собой адресант в процессе организации высказывания. В частности, вариативность развития фразовых тем и рем в ДЕ, организуемых в информирующих интервью, обусловлена иницирующей репликой, которая в этом виде текста может иметь форму местоименного вопросительного предложения, общего вопроса или повествовательного предложения [6, с. 49]. ДЕ с иницирующим общим вопросом характеризуются наличием в этом вопросе не только тематических, но и рематических компонентов, при этом основная рема содержится в реагирующей реплике, например: (1) Spiegel: Ist die Marke FDP [T] nicht schon jetzt unwiderruflich beschädigt [R]? Lindner: Nein[R], das ist sie nicht [7, S. 26].

В заголовках интервью, наряду с повествовательными предложениями, широко употребляются вопросительные и побудительные предложения: (2) *Wieso werden die Deutschen immer dicker, Frau Gahl?* [8, S. 50]; (4) *Alles muss raus!* [9, S. 60]. Выбор побудительных конструкции обусловлен тем, что они придают эмоциональность высказыванию.

В рассматриваемых нами текстах вопросительные предложения используются преимущественно в первой части ДЕ – иницирующих репликах корреспондента. Традиционно ожидаемые от журналиста вопросы могут быть заменены на простые распространённые предложения, поскольку в интервью не исключается и построение «декларатив-декларатив». Но удельный вес ДЕ, состоящих из повествовательных реплик, в отличие от вопросно-ответных ДЕ, в исследованных текстах невелик [5, с. 23]. Например:

(3) Spiegel: *Aber wenn die EZB nicht eingegriffen hätte, wäre der Patient*

Eurozone womöglich 2012 am Fieber gestorben.

Weidmann: *Das sehe ich nicht so* [10, S. 70].

Нами была выявлена вариативность употребления в текстах интервью структурно-семантических типов предложений. Коммуникативно-прагматической

норме интервью соответствует простое соположение предложений как один из способов выражения форм связи. При этом объем простых предложений, в связи с использованием либо неиспользованием в них дополнений, различных обстоятельств (образа действия, места, времени), распространенных определений, однородных членов и т.д., характеризуется значительными отличиями. Употребление простых предложений объясняется тем, что «они, с одной стороны, достаточно емки, чтобы вместить все основные содержательно-мыслительные связи, с другой стороны, достаточно обзорны и доступны для легкого восприятия» [11, с. 241].

Одной из причин превалирования простых предложений как средства межфразовой связи в текстах интервью является тот факт, что сложносочиненные (ССП) и сложноподчиненные предложения (СПП) графически оформляются здесь как простые самостоятельные предложения, ср.: (4) Tukur: *Ganz selten. Das führt nicht sehr weit. Lieber recherchiere ich in Büchern* [10, s. 82]. Несомненно, использование простых предложений вместо сложных приводит к изменению коммуникативно-прагматического влияния, оказываемого на реципиентов.

В текстах интервью одно и то же семантическое содержание может быть выражено как при помощи СПП, так и посредством других структурных типов предложений. Применительно к СПП следует заметить, что они помогают полнее и всестороннее охарактеризовать описываемый предмет объективной реальности или какую-либо его часть, а также выражает взаимозависимые сложные мыслительные операции.

Активное использование СПП в текстах интервью связано со стремлением логично представить информацию. Как отмечает Т. В. Дроздова [12, с. 18], СПП способствуют последовательной передаче материала, что, в свою очередь, ведет к его лучшему восприятию, ср.:

(5) Spiegel: Ist es nicht verfassungswidrig?

Altmaier: Nein. Trotzdem ist es so, *dass sich in der Geschichte des Parlamentarismus schon früh Abgeordnete zu Fraktionen zusammengeschlossen haben, weil der Einzelne nur wenig erreichen kann* [13, s. 22].

Вопросительное предложение, как один из коммуникативных типов предложений является основополагающим в структуре интервью, поскольку базовой категорией в технике любого интервью является *вопрос*. Очень многое зависит от того, как и в какой последовательности задавать вопросы. В интервью чаще всего имеют место вопросы, мотивирующие респондента предоставлять затребованную информацию. Выделим несколько наиболее распространенных типов вопросов.

В первую очередь обнаруживаются различные варианты при использовании общих и частных вопросов. Данные термины отражают различия в логических объемах вопросов: на одном полюсе вопрос предельно большого, а на другом – предельно малого логического объема.

Общий вопрос, по сравнению с частным, обладает важными коммуникативно-прагматическими преимуществами. Во-первых, он может быть использован для получения информации, которая с большей вероятностью будет искажена при использовании частных вопросов. Второе преимущество заключается в том, что общие вопросы обладают для респондента мотивирующим эффектом, облегчая установление и поддержание контакта в ходе интервью. Третье преимущество общих вопросов состоит в том, что они могут задаваться в условиях очень низкой информированности исследователя о предмете исследования. В ряде

случаев для дополнительного расширения объема интервьюер может использовать вопросы с не совсем корректным грамматическим построением (двусмысленные, неоднозначные по смыслу и т.п.). Общие вопросы – очень широкие и вводные, задавая их можно получить от информанта большой объем информации. Частные же вопросы фокусируются на меньшей единице опыта и применяются для того, чтобы отличить друг от друга понятия, события, процессы, людей в измерениях смысла (значения) [14, с. 63].

В рассматриваемых нами интервью обнаружены варианты использования вопросов, которые могут быть как прямыми, так и риторическими. Последние способствуют привлечению внимания реципиентов и воздействуют на его эмоциональное состояние. Такие вопросы мотивируют адресата на непосредственное участие в мыслительном процессе.

С грамматической точки зрения риторические вопросы формально совпадают с обычными вопросительными предложениями, но в стилистическом плане они ярко окрашены и характеризуются «замечательной яркостью и разнообразием эмоционально-экспрессивных оттенков» [15, с. 427], ср.: (6) Spiegel: *Seit Obama in Lybien intervenierte, sind in Syrien Krawalle ausgebrochen und viele Menschen sind gestorben. Heißt das nun, dass wir auch in Syrien intervenieren müssen?* [16, S. 96].

Кроме того, нами выявлены различия в использовании наводящих и нейтральных типов вопросов, которые обладают сильным коммуникативно-прагматическим эффектом. Первый тип вопроса имеет формулировку, которая в той или иной степени предопределяет ответ респондента, т.е. оказывает на него своего рода психологическое давление. Второй тип вопроса в идеале не должен иметь такого влияния.

Наводящие вопросы бывают двух типов. Во-первых, это вопросы, которые содержат явные или неявные логические презумпции, а во-вторых, содержащие оценочные или эмоциональные выражения, например: (7) Spiegel: *Ein Politiker, der an die Geduld der Medien appelliert, im Ernst?* [17, s. 25]; (8) Spiegel: *Die Behauptung, früher sei alles besser gewesen, ist aber ein bisschen verlogen, finden Sie es nicht?* [7, s. 82].

Наряду с формулировками вопросов прагматическим наводящим воздействием могут обладать и некоторые другие действия интервьюера. Например, интервьюер может высказывать постоянные сомнения в правдивости или правильности ответов. Практика интервьюирования показывает, что в этих случаях респондент часто бывает готов сменить свою точку зрения [18, с. 51].

Отметим тот факт, что в исследуемых нами текстах прослеживается тенденция к экономии, которая проявляется в выборе соответствующих языковых средств. В целом одним из важнейших коммуникативно-прагматических признаков интервью в силу его диалогического характера является стремление к краткости изложения и сближению с разговорным стилем, поэтому для текстов интервью специфично употребление не только простых распространенных предложений, но и сверхнераспространенных (сверхкратких), ср.: (9) Spiegel: *Klingt schlimm* [10, s. 82]; (10) Lindber: *Ja* [17, s. 26].

В текстах интервью можно выделить три возможных способа усечения синтаксической структуры – эллипсис, парцелляция и апозиопезис.

В качестве наиболее продуктивного средства языковой экономии в различных видах интервью используется синтаксический эллипсис. Редукция синтаксической структуры простых предложений выража-

ется отсутствием либо сказуемого в целом, либо изменяемой части сложного именного или глагольного сказуемого. Эллиптические, неполные предложения способствуют созданию живого диалога с читателем, придают локоничность и особое ритмическое оформление высказыванию, например:

(11) Spiegel: *Inwiefern?*

Laschet: In den Zeiten des Linksterrorismus [19, s. 18].

Одним из ведущих коммуникативно-прагматических приемов текстов интервью является парцелляция. Будучи средством текстообразования, парцелляция способствует уменьшению объема предложения. Парцелляция, как расчлененность синтаксической структуры предложения, является особым стилистическим приемом. Этот прием был заимствован средствами массовой информации из языка художественной литературы. В письменной речи использование различных добавлений является осознанным процессом, а в разговорной речи – это результат ее спонтанности [20, с. 108]: (12) Spiegel: *Wem? Betancourt: Allen. Den Geiselnehmern. Den Geiseln. Mir selbst* [21, s. 61]. Изолированные от общего высказывания части предложения явно отличаются из общего высказывания, что привлекает внимание респондентов.

Краткости изложения помогает добиться и использование апозиопезиса, который являясь фигурой стилистического синтаксиса, при помощи незавершенности фразы позволяет передать прерывистость речи, а также эмоциональную напряженность. В этом случае ведущую роль играет пунктуация (многоточие), ср.:

(13) Spiegel: *Wenn die CDU-geführte Landesregierung in Baden-Württemberg sich heute von Stuttgart 21 verabschieden würde...*

Grube: ...würde sie vertragsbrüchig...

Spiegel: ...und Sie, Herr Grube, wären raus [21, s. 112].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что одно и то же содержание может быть выражено несколькими способами, поэтому синтаксис интервью характеризуется наличием значительного числа вариантов. К обязательным грамматическим признакам интервью относятся простые повествовательные и вопросительные предложения, инверсия и эллипсис. Синтаксическое варьирование может создаваться восклицательными предложениями, риторическими вопросами, ССП и СПП, апозиопезисом и парцелляцией.

Ведущими вариантами средств языковой экономии как способа сжатого изложения содержания в интервью являются синтаксические эллипсисы, парцелляция и апозиопезис. Краткость и сжатость изложения помогают достичь коммуникативной четкости и максимальной информативности рассматриваемых

нами текстов интервью. Перечисленные синтаксические средства оказывают влияние на развитие тематических отношений в интервью и их языковое оформление. Благодаря варьированию синтаксических структур интервью сообщаются те или иные коммуникативно-прагматические свойства, благодаря которым они и выполняют свое предназначение в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маслова А. Ю. Введение в прагмалингвистику. М.: Флинта: Наука, 2008. 152 с.
2. Таюпова О. И. Коммуникативно-прагматическое варьирование в малоформатных прозаических текстах современного немецкого языка: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. М., 2005. 54 с.
3. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 2000. 685 с.
4. Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи. М.: Языки славянской культуры, 2001. 384 с.
5. Таюпова О. И. Категории и признаки текста // Вестник Башкирского университета, 2011. С. 1237–1239.
6. Таюпова О. И. Введение в коммуникативно-прагматическую вариативность. Уфа: РИЦ БашГУ, 2012. URL: <https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn>
7. Spiegel №24.10.11.
8. Sandig B. Textstilistik des Deutschen. Berlin: Walter de Gruyter, 2006. 584 S.
9. Spiegel №18.4.11.
10. Spiegel №20.9.10.
11. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка. М.: Высш. шк., 1983. 271 с.
12. Дроздова Т. В. Научный текст и проблемы его понимания (на мат-ле англ. эконом. текстов): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2003. 46 с.
13. Faulseit D., Kühn G. Stilistische Mittel und Möglichkeiten der deutschen Sprache. Halle: VEB Verlag, 1963. 320 S.
14. Романов П. В., Ярская-Смирнова Е. Р. Методы прикладных социальных исследований. М.: «Вариант», ЦСПГИ, при участии ООО «Норт Медиа», 2008. 215 с.
15. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. М.: Айрис-пресс, 2010. 448 с.
16. Engel U. Deutsche Grammatik. 3., Aufl. Heidelberg: Julius Groos, 1996. 888 S.
17. Spiegel №7.6.14.
18. Белановский С. А. Глубокое интервью. М.: Николо-Медиа, 2001. 320 с.
19. Heusinger S. Pragmalinguistik: Texterzeugung, Textanalyse; Stilgestaltung und Stilwirkungen in der sprachlichen Kommunikation. Frankfurt a. M.: Haag und Herchen, 1995. 162 S.
20. Сиротинина О. Б. Лекции по синтаксису русского языка. М.: Едиториал УРСС, 2003. 144 с.
21. Burger H. Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin: De Gruyter, 2005. 487 S.
22. Spiegel №28.11.11.
23. Spiegel №22.9.14.
24. Spiegel №7.14.14.
25. Spiegel №5.1.15.

Поступила в редакцию 19.06.2015 г.

SYNTACTIC-PRAGMATICAL VARIABILITY IN TEXTS OF INTERVIEW

© N. V. Bychkovskaya

*Bashkir State University
32 Zaki Validi St., 450076 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.**Phone: +7 (917) 349 53 44.
Email: n.bychkovskaya@mail.ru*

Pragmatics is allocated as area of the linguistic researches having as the object relation between language units and conditions of their use in a certain communicative and pragmatical space. Pragmatics studies the ways in which context contributes to meaning and how the transmission of meaning depends not only on structural and linguistic knowledge (e.g., grammar, lexicon, etc.) of the speaker and listener, but also on the context of the utterance, any pre-existing knowledge about those involved, the inferred intent of the speaker, and other factors. The purpose of this article is to analyze a role of syntactic means at realization of communicative and pragmatical variability on the material of modern German mass media texts of interview. The dialogic nature of the interview raised important features of speech. In particular, the dialogic text of this species is due to compression of the syntactic structure, which contributes to a detailed account of the large volume of information in a concise form. To attract the reader's attention to the text of the interview, increasing its impact on the recipients of the journalists may use variable syntactic means. Concerning category of variability it is necessary to notice that this category is one of the important linguistic categories. In process of development of the general theory of language different approaches to its studying were created. The invariant is the abstract designation of the same essence in derivation from its concrete modifications displaying the general properties of the class of objects formed by options, and inherent in each of options. Thus, variable ranks (couples) consist from identical or close on the denotative value, but the differing formally language phenomena. The communicative value of interview as type of the text is substantially predetermined by options of use of such syntactic means as questions, communicative and structural-semantic types of sentences, ellipse, parcelation and aposiopesis.

Keywords: *media text, communication, pragmatic, syntax, variability, interview.*

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at bulletin_bsu@mail.ru if you need translation of the article.

REFERENCES

1. Maslova A. Yu. Vvedenie v pragmalingvistiku [Introduction to pragmalinguistics]. Moscow: Flinta: Nauka, 2008.
2. Tayupova O. I. Kommunikativno-pragmaticheskoe var'irovanie v malofomatnykh prozaicheskikh tekstakh sovremennogo nemetskogo yazyka: avtoref. dis. ... d-ra. filol. nauk. Moscow, 2005.
3. Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar' [Linguistic encyclopedic dictionary]. Ed. V. N. Yartsevoi. Moscow: Sovet-skaya entsiklopediya, 2000.
4. Yanko T. E. Kommunikativnye strategii russkoi rechi [Communicative strategies of Russian speech]. Moscow: Yazyki slavyanskoj kul'tury, 2001.
5. Tayupova O. I. Vestnik Bashkirsogo universiteta, 2011. Pp. 1237–1239.
6. Tayupova O. I. Vvedenie v kommunikativno-pragmaticheskuyu variativnost' [Introduction to the communicative-pragmatic variation]. Ufa: RITs BashGU, 2012. URL: <https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn>
7. Spiegel No. 24.10.11.
8. Sandig B. Textstilistik des Deutschen. Berlin: Walter de Gruyter, 2006. 584 S.
9. Spiegel No. 18.4.11.
10. Spiegel No. 20.9.10.
11. Brandes M. P. Stilistika nemetskogo yazyka [Stylistics of German language]. Moscow: Vyssh. shk., 1983.
12. Drozdova T. V. Nauchnyi tekst i problemy ego ponimaniya (na mat-le angl. ekonom. tekstov): avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Moscow, 2003.
13. Faulseit D., Kühn G. Stilistische Mittel und Möglichkeiten der deutschen Sprache. Halle: VEB Verlag, 1963. 320 S.
14. Romanov P. V., Yarskaya-Smirnova E. R. Metody prikladnykh sotsial'nykh issledovanii [Methods of applied social research]. Moscow: «Variant», TsSPGI, pri uchastii OOO «Nort Media», 2008.
15. Golub I. B. Stilistika russkogo yazyka [Stylistics of Russian language]. Moscow: Airis-press, 2010.
16. Engel U. Deutsche Grammatik. 3., Aufl. Heidelberg: Julius Groos, 1996. 888 S.
17. Spiegel No. 7.6.14.
18. Belanovskii S. A. Glubokoe interv'yu [Deep interview]. Moscow: Nikolo-Media, 2001.
19. Heusinger S. Pragmalinguistik: Texterzeugung, Textanalyse; Stilgestaltung und Stilwirkungen in der sprachlichen Kommunikation. Frankfurt a. Moscow: Haag und Herchen, 1995. 162 S.
20. Sirotnina O. B. Lektsii po sintaksisu russkogo yazyka [Lectures on the syntax of Russian language]. Moscow: Editorial URSS, 2003.
21. Burger H. Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin: De Gruyter, 2005. 487 S.
22. Spiegel No. 28.11.11.
23. Spiegel No. 22.9.14.
24. Spiegel No. 7.14.14.
25. Spiegel No. 5.1.15.

Received 19.06.2015.