

СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ РЕСПОНДЕНТА У СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ТА УКРАЇНОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ІНТЕРВ'Ю

Саламатіна О.О.

Миколаївський національний аграрний університет

Актуальність дослідження. Лінгвістичне вивчення текстів преси різних жанрів [7; 8; 21] як одного з головних джерел одержання інформації суспільством є характерною особливістю сучасного мовознавства. За останні роки об'єктом аналізу науковців були експресивні, емотивні й оцінні характеристики публіцистичного інтерв'ю (К.В. Олександренко [9], В. Volek [23]); функціонально-стилістичні особливості інтерв'ю преси (М.П. Подолян [10], В.І. Провоторов [11], Г.Я. Солганік [13], S. Heusinger [20], Ü. Püschel [22]), зокрема у співвідношенні з іншими типами дискурсу (Т.В. Бухінська [5], W. Fleischer [19]); лінгвокогнітивні ознаки публіцистичного інтерв'ю (Л.Р. Безугла [2], S. Felix [18]) тощо.

Однак, незважаючи на велику популярність інтерв'ю як різновиду актуального, опублікованого у засобах масової інформації тексту, як правило, діалогічної форми, що є результатом мовленнєвої взаємодії журналіста-інтерв'юера і респондента (колективних авторів), спрямованої на передачу, одержання чи обмін інформацією, кінцевою метою якої є здійснення певного впливу на суспільного адресата (читача), та численні спроби дослідження текстів інтерв'ю, слід констатувати недостатню увагу вчених до проблеми аналізу лінгвоспецифіки публіцистичного інтерв'ю як мовленнєвого жанру з урахуванням його комунікативно-прагматичних ознак. Саме це і зумовило вибір теми даної роботи, що ґрунтується на матеріалі сучасної німецькомовної та україномовної преси.

Оскільки у текстах інтерв'ю колективні автори (інтерв'юер та респондент) переслідують свої явні та приховані цілі, вони вимушені використовувати певні прагматичні стратегії, кожна з яких складається з низки мовленнєвих тактик, що сприяють дотриманню цих стратегій під час інтерв'ю. Прагматична стратегія визначається як планування побудови процесу мовленнєвої взаємодії залежно від конкретних умов спілкування й особистостей інтерв'юера та респондента [15, 107].

Тактика мовленнєвого спілкування виражається у конкретних мовленнєвих діях, що мають за мету здійснення впливу на іншого учасника комунікації на певному етапі інтеракції. Спрямованість різноманітних тактичних прийомів на досягнення певної прагматичної мети вибудовується у мовленнєву стратегію [12, 163; 14, 96; 16, 99].

Завдання статті полягає у розкритті специфіки взаємодії учасників

комунікації в інтерв'ю сучасної німецькомовної та україномовної преси та виявленні мовленнєвих стратегій і тактик респондента, спрямованих на реалізацію його комунікативного наміру і прагматичної настанови.

Виклад основного матеріалу і отримані висновки.

Аналіз інтерв'ю сучасної німецькомовної та україномовної преси дозволив виокремити дві мовленнєві стратегії, що паралельно застосовує респондент під час інтерв'ю: мовленнєву стратегію надання інформації та мовленнєву стратегію вираження точки зору.

Дослідження продемонструвало, що вказані стратегії можуть бути неконфліктними [3, 115; 6, 35] або конфліктними [1, 76; 17, 92] у залежності від того, яким способом респондент здійснює взаємодію з інтерв'юером: за допомогою кооперації чи через конфлікт.

Неконфліктна мовленнєва стратегія надання інформації респондентом пов'язана з бажанням респондента надати інформацію з проблеми, що цікавить інтерв'юера. Для реалізації цієї стратегії інтерв'юер використовує декілька тактик.

Тактика **“direkte Antwort”/ «пряма відповідь»** вживається у всіх досліджуваних інтерв'ю сучасної німецькомовної та україномовної преси, наприклад:

Світогляд: Про що Ви мрієте?

Іван Неклюдов: Про те, щоб незабаром настали часи, коли фізики знову будуть у пошані як, втім, і лірики (Світогляд, 1(21)/2010).

У наведеному прикладі для реалізації своєї прагматичної стратегії респондент обрав тактику «пряма відповідь». У даному випадку – це реакція на квеситивний мовленнєвий акт, який є запитом власне інформації.

У деяких випадках вона може поєднуватися з жартом:

– *Schmeichelt es Ihnen, wenn Sie mit Ihrem Landsmann Helmut Kohl, der auch lange unterschätzt wurde, verglichen werden?*

– *(Lacht). Na, da fehlen mir doch noch einige Kilo. Aber im Ernst: Der Vergleich schmeichelt mir nicht besonders (Bunte, 21/2007).*

Тактика «пряма відповідь», поєднана з жартом, допомагає респондентові полегшити процес спілкування. У пропонованому мінімальному діалозі вона є реакцією на неприємне запитання і тактичним ходом стратегії «позитивна самопрезентація».

В умовах сучасного україномовного публіцистичного інтерв'ю респондент іноді надає інформацію випереджаючого характеру: застосовує тактику **«випереджувальна відповідь»**. Випереджаючий характер відповіді зумовлюється явищем «інформаційного перестрибування», що пов'язане з опущенням питального речення. Респондент ніби ставить себе на місце інтерв'юера, щоб встановити, яку додаткову інформацію щодо окресленої в запитанні ситуації було б цікаво знати інтерв'юерові.

Аналіз досліджуваних інтерв'ю сучасної україномовної преси показав, що «випереджувальна відповідь» респондента, як правило, має характер пояснення,

наприклад:

– *Зараз вже можна говорити про школу академіка Неклюдова, чи не так?*

– *Мабуть, можна: серед моїх учнів – 10 докторів і понад 30 кандидатів наук (Світогляд, 1(21)/2010).*

У пропонованому прикладі респондент, відповідаючи на запитання інтерв'юера, яке по суті є запитом підтвердження, чи можна вже говорити про створення цілої школи відомого академіка, здогадується, що наступним питанням інтерв'юера буде, скільки саме послідовників-науковців він виховав, тому одразу ж надає відповідь, не чекаючи, коли це зробить сам інтерв'юер.

У деяких випадках респондент на запитання інтерв'юера не може або не бажає дати відповідь «так» або «ні», він використовує тактику **“verbreitete Antwort”**/ **«поширена відповідь»**, відповідаючи більш докладно, наприклад:

Ірина Вавилова: Оскільки мова зайшла про Ярослава Мудрого, чи є наукові зрушення щодо пошуку бібліотеки Ярослава? Чи буде колись ця таємниця розгаданою?

Петро Толочко: Колись до мене вже зверталися з цим питанням. Мені доводили, що вона буде знайдена або в Вишгороді, або в Києві, на території Печерської Лаври. А я казав, що вона ніколи не буде знайдена, бо швидше за все, зникла в полум'ї пожежі 1240 року. Якщо б перед монгольським штурмом Києва її зарили у землю, то за цей час хоча б якісь сліди знайшлися. Не виключено, що ще в давньоруські часи частина софійського зібрання книг розійшлася по бібліотеках інших міст (Світогляд, 2(22)/2010).

В аналізованому прикладі респондент не бажає надавати відповідь *«Так»* або *«Ні»*, тому відповідає поширено.

Вдаючись до експланаторної відповіді, респондент дає можливість інтерв'юерові самому оцінити з погляду реальності чи достовірності пропозиційний зміст запитання, з яким інтерв'юер звернувся до респондента.

Іноді респондент застосовує тактику **“die Verwaltung”**/ **«керування»**. У текстах інтерв'ю сучасної німецькомовної та україномовної преси така тактика полягає в обміні ролями між інтерв'юером та респондентом, тобто у припущенні респондентом можливості зміни ролі слухача на роль мовця [14, 103], наприклад:

– *Was muß der Kandidat haben?*

– *Darf ich erklären? Die Fähigkeit, dieses Amt zu führen, Erfahrung, Durchsetzungsfähigkeit und ein Gespür für Menschen und ihre Probleme (Politische Studien, 2/2001).*

У пропонованому мінімальному діалозі респондент застосовує тактику «керування», що виражається риторичним запитанням, яке використовується для введення нової інформації, що збирається повідомити мовець. Респондент просить дозволу пояснити свою думку. Питання *Darf ich erklären?* апелює до зацікавлення співрозмовника з метою привернути його увагу до наступного повідомлення. Респондент бажає обґрунтувати свою відповідь, надати якомога більше інформації про себе.

Аналіз інтерв'ю сучасної німецькомовної та україномовної преси показав,

що тактика «керування» більш-менш поширена у текстах інтерв'ю, але у межах одного тексту респондент, зазвичай, обирає цю тактику лише в одній мінімальній діалоговій одиниці, що пояснюється соціальними ролями учасників інтеракції та інституційною природою інтерв'ю преси.

На відміну від інтерв'юера респондент не завжди дотримується неконфліктних мовленнєвих стратегій. Розглянемо **конфліктну мовленнєву стратегію надання інформації**. Її використання пояснюється небажанням респондента надати інформацію або обговорювати певну проблему. У текстах інтерв'ю вона представлена декількома тактиками.

Тактика **“die Verweisung auf die ungehörige Frage”/ «зазначення недоречності запитання»:**

– *Hat Ihre Reputation im Ergebnis der Publizität gelitten?*

– *Ich denke jetzt nicht daran. Meine Aufgabe ist mich zu bemühen, das entstehende Problem erfolgreich zu entscheiden (Österreich Spiegel, 3/2009).*

В аналізованому мінімальному діалозі реакція респондента на прямий запит інформації конфліктна. Ухиляючись від прямої відповіді на запитання про вплив оприлюднення проблеми на його репутацію, респондент зазначає, що питання не є доречним у наявній ситуації («не за адресою»). Про це свідчить заперечне речення.

Іноді респондент застосовує тактику **“kurze Antwort”/ «коротка відповідь»**, відповідаючи «так» або «ні» на запитання інтерв'юера, наприклад:

– *Ne taemniця, що останнім часом аграрії зі своїми проблемами залишалися сам на сам. Чи змінилася ситуація на краще нині?*

– *Так (Віче 6/2010).*

У цьому інтерв'ю респондент не бажає розмовляти на неприємну для нього тему аграрних проблем, оскільки не знає точної відповіді на запитання інтерв'юера. Він обмежується короткою відповіддю, залишаючи інтерв'юера незадоволеним.

Як свідчить аналіз досліджуваних інтерв'ю сучасної німецькомовної та україномовної преси, інтерв'юер може застосовувати тактику **“die Gegenfrage”/ «зустрічне запитання»**, наприклад:

– *Як політика змінила українців за останнє десятиліття?*

– *А Ви як вважаєте? (Газета по-українськи, 146(1102)/2010)*

У вказаному прикладі респондент намагається уникнути відповіді на складне для нього запитання, тому використовує зустрічне запитання, намагаючись виграти трохи часу.

Іншою конфліктною тактикою стратегії надання інформації є тактика **“das Ignorieren”/ «ігнорування»:**

– *Wo würden Sie denn eine Kompromißlinie sehen, wenn es zu solchen direkten Verhandlungen käme?*

– *Es wäre nötig... dringend nötig, daß der Iran und die USA in direkten Kontakt treten (Die Presse, 22.4/2000).*

У пропонуваному прикладі респондент не знає відповіді на запитання інтерв'юера, а тому повторює те, що вже було сказано.

Мовленнєва стратегія вираження точки зору застосовується респондентом як реакція на прихований запит інформації. Реагуючи на мовленнєвий хід інтерв'юера, респондент висловлює точку зору-ставлення до оцінки інтерв'юером або іншими особами певної ситуації або точку зору-пояснення причин, явищ і фактів, викладених інтерв'юером.

Неконфліктна стратегія вираження точки зору представлена кількома мовленнєвими тактиками.

Тактика **“direkte Korellation”/ «пряма кореляція»** відображає повний збіг цілей партнерів з діалогу й інформаційних обсягів реплік інтерв'юера та респондента:

– *Zudem sollen Küsse stärker als Morphium wirken. Diese Wirkung ergibt sich aus dem entkrampfenden Effekt des Küssens und den freigesetzten Endorphinen.*

– *Und Eskimos küssen generell nur auf Körperstellen, um die Schmerzen zu lindern (Live, 4/2007).*

У наведеному прикладі репліку інтерв'юера можна розглядати як прихований запит підтвердження правильності інформації. Репліка респондента виражає підтвердження і відбиває правильність інформації інтерв'юера. Крім того, у репліці респондента відбувається не лише збіг інформаційного обсягу обох реплік, але і звуження інформації, поданої у вихідній репліці, з метою конкретного вираження її змісту, що задовольняє максимуму повноти інформації.

Тактика **“die Erklärung”/ «пояснення»** передбачає пояснення респондентом змісту вихідної репліки інтерв'юера.

Таке пояснення може конкретизувати зміст вихідної репліки інтерв'юера або узагальнювати його, наприклад:

– *Darmstadt ist Ihre Lieblingsstadt...*

– *Ja, ich komme aus dieser Stadt der Künste und der Wissenschaften. Die Technische Universität, die Fachhochschule und die zahlreichen Forschungsinstitute machen Darmstadt zur Wissenschaftsstadt erster Güte (Deutschland, 5/2004).*

У цьому прикладі респондент обирає тактику **“konkretisierte Erklärung”/ «конкретизуюче пояснення»**. Конкретизуюча кореляція встановлюється між об'єктивними номінаціями (рідне місто Дармштадт: місто мистецтв та наук...).

Розглянемо ще один приклад:

Юлія Ліщенко: Фах лікаря допомагає чи заважає вам працювати в політиці? Як лікар Ви маєте бачити людину наскрізь...

Роман Ілик: І лікарі, і політики часто вирішують одне й те саме питання – пошук причин негараздів і усунення цих причин (Високий замок, 01.07/2010).

Пропонуваний текст є прикладом тактики **“verallgemeinerte Erklärung”/ «узагальнююче пояснення»**, де узагальнююча кореляція встановлюється між суб'єктивними номінаціями шляхом заміни особового займенника Ви на іменники в множині, що мають узагальнююче значення – і лікарі, і політики.

Конфліктна мовленнєва стратегія вираження точки зору також представлена низкою тактик.

Під час спілкування позиції інтерв'юера та респондента нерідко виявляються протилежними. Під тактикою **“die Entgegensetzung”/ «протиставлення»** розуміють такий вид діалогічної взаємодії, за яким окремі елементи відповіді протиставляються окремим елементам вихідної репліки на основі ототожнення більшості елементів, що входять в обидві репліки [1, 93]. У сфері протиставлення реалізуються тактики **“vollständige Nichtübereinstimmung”/ «повна невідповідність»** і **“teilweise Nichtübereinstimmung”/ «часткова невідповідність»**.

Тактика «повна невідповідність» виражає діаметральну протилежність явищ, про які йде мова в ініціальной та реагуючій репліках, респондент повністю не погоджується з твердженням інтерв'юера, наприклад:

- *Aber er hat sich aufgegeben und die Therapie abgebrochen!*
- *Nein, das ist totaler Quatsch (Gala, 43/2006).*

У цьому прикладі респондент обирає тактику «повна невідповідність», що знайшла відображення у заперечному реченні *Nein, das ist totaler Quatsch*.

Репліка респондента може виражати часткову незгоду, при цьому накладається обмеження на абсолютну істинність повідомлення інтерв'юера, наприклад:

– *Sie haben eine Aktion zur Rettung der Verfassung gemacht: ein Sondertreffen der EU-Außenminister einberufen.*

– *Das ist keine Aktion zur Rettung der EU-Verfassung. Es wird hier während der österreichischen Präsidentschaft sicher keine Lösung geben. Dafür ist die Diskussion in zu vielen Mitgliedstaaten noch nicht ausgereift genug. Beim Sondertreffen wollen wir den Europäischen Rat im Juni vorbereiten und Zukunftsfragen besprechen (Die Presse, 6.4/2000).*

Оскільки респондент запропонованого інтерв'ю не повністю погоджується з інтерв'юером, він використовує тактику «часткова невідповідність», фіксуючи увагу на деталях, які він вважає неправильними, і застосовує заперечне речення. У наведеному прикладі респондент хоча і не заперечує факту зустрічі міністрів зовнішньої політики, але й не вважає цей захід акцією порятунку конституції ЄС, тобто заперечення респондента є частковим.

Тактика **“die Erklärung der Uneinigkeit”/ «пояснення незгоди»** респондента пояснює, чому саме респондент не погоджується з твердженням інтерв'юера, негативно ставиться до його позиції з певних питань інтерв'ю, наприклад:

Український тиждень: Венеційський фестиваль буде ще й наступного року...

Ігор Подольчак: Ні. Кожний продукт доходить до того часу, коли покращити його вже неможливо. Цей момент вже настав. А чекати ще рік для прем'єри – немає сенсу. Зараз ми орієнтуємося на Берлін. Гадаю, до 30 жовтня, коли закінчується термін прийняття на конкурс фільмів, ми спробуємо закінчити стрічку, хоча б у первинній версії (Український тиждень, 40(153)/2010).

В аналізованому прикладі респондент виражає свою незгоду з твердженням інтерв'юера і водночас пояснює, чому саме він не погоджується з ним.

Конфліктна мовленнєва стратегія вираження точки зору може реалізовуватися за допомогою тактики **“verschobene Antwort”/ «зміщена відповідь»**, яка пов'язана з вимушеною чи невимушеною неадекватною інтерпретацією комунікативного наміру інтерв'юера і пропозиційного змісту вихідної репліки. Результатом неадекватності інтерпретації є порушення логічного ходу діалогу, пов'язане з незацікавленістю респондента підтримувати розмову на запропоновану тему:

– *Die Zeitschrift “Bunte” berichtet, daß Sie Ihrem Vater 10000 Dollar monatlichen Lohnausfall zahlen. Er gab seinen Job auf, um Ihnen aus der Krise zu helfen.*

– *Die Journalisten können das nicht wissen. Sie verfügen über die genauen Informationen nicht (Gala, 37/2004).*

У цьому прикладі респондент використовує тактику «зміщена відповідь». Її реакція спрямована на кваліфікативну пресуппозицію осіб, чиє повідомлення наводить інтерв'юер (журналісти журналу “Bunte”), тобто респондент (Брітні Спірс) дискредитує їх як експертів із визначеної проблеми: на її думку, журналісти “Bunte” не можуть знати зазначених фактів, оскільки не мають точної та достовірної інформації.

Тактика **“die Verweisung auf die ungehörige Aussage”/ «зазначення недоречності висловлювання»** вказує на недоречність та абсурдність змісту репліки інтерв'юера. Метою респондента є припинення розмови на певну тему або зміна характеру її спрямування, наприклад:

– *Der Außenminister hat gesagt, daß dieses Abkommen eine Bedingung der Verhandlungen wird.*

– *Sie können nicht erwarten, daß wir mittels der deutschen Periodika verhandeln werden. Es soll zwischen uns und dem Außenminister gemacht sein (Der Spiegel, 16/2008).*

Репліка респондента вказує на те, що він не погоджується з твердженням інтерв'юера, вважає його репліку недоречною: на думку респондента, не можна очікувати, що він буде вести переговори на сторінках німецьких видань. Таким чином респондент намагається змінити перспективу розмови.

Як свідчить фактичний матеріал, іноді респондент дотримується тактики **“das Schweigen”/ «мовчання»**. Під «мовчанням» розуміють комунікативно значуще мовчання, яке виконує певну знакову функцію у вербальній комунікації [4, 12], наприклад:

– *Здається, ваше підприємство принесло Вам уже чимало грошей.*

– *[Посміхається] (Ваше здоров'я, 37(1065)/2010).*

У цьому прикладі мовчання означає небажання бізнесмена поширювати інформацію про свої великі прибутки, але виражає погодження з реплікою інтерв'юера.

Слід зазначити, що у досліджуваних текстах інтерв'ю сучасної німецькомовної преси тактика «мовчання» застосовується рідко, що свідчить про

нехарактерність цієї мовленнєвої тактики для такого типу дискурсу.

Отже, у текстах-інтерв'ю сучасної німецькомовної та україномовної преси респондент на відміну від інтерв'юера дотримується як неконфліктних, так і конфліктних стратегій спілкування, що залежить від бажання чи небажання надати інтерв'юеру суспільно важливу інформацію, а також від позитивного чи негативного ставлення до його реплік. Залежно від своєї комунікативної мети він обирає мовленнєву стратегію надання інформації або стратегію вираження точки зору, кожна з яких виражена групою тактик. Стратегія надання інформації інтерв'юеру представлена такими неконфліктними тактиками: «пряма відповідь», «випереджувальна відповідь» (характерна для україномовної преси), «поширена відповідь», «керування» та конфліктними тактиками: «зазначення недоречності запитання», «коротка відповідь», «зустрічне запитання» та «ігнорування». Стратегію вираження точки зору респондента відображають неконфліктні мовленнєві тактики: «пряма кореляція», «пояснення», яка включає «конкретизуюче пояснення» та «узагальнююче пояснення», а також конфліктні тактики: «протиставлення», «повна невідповідність», «часткова невідповідність», «пояснення незгоди», «зміщена відповідь», «зазначення недоречності висловлювання» та «мовчання», яка виявилася нехарактерною для німецькомовного інтерв'ю преси. Всі тактики, застосовані респондентом, спрямовані на реалізацію його комунікативного наміру та прагматичної настанови.

Одержані результати дослідження можуть бути використані для подальших розвідок у мовознавстві щодо комунікативно-прагматичних особливостей текстів різних типів.

Література

1. Артеменко Т. Н. Прагматика и семантика инициального констативно-ответного микродиалога : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки” / Т. Н. Артеменко. – К., 1991. – 20 с.
2. Безугла Л. Р. Когнітивно-прагматичні характеристики імпліцитних смислів у німецькомовному дискурсі : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04 / Безугла Лілія Ростиславівна. – Х., 2008. – 428 с.
3. Бендецькая М. Е. Стратегии и тактики речевого убеждения / М. Е. Бендецькая // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. науч. конф., 3-4 мая 2001 г. : тезисы докл. – Минск, 2001. – С. 115–118.
4. Богданов В. В. Молчание как нулевой речевой акт и его роль в вербальной коммуникации / В. В. Богданов // Языковое общение и его единицы : межвуз. сб. науч. тр. – Калинин : Калининск. гос. ун-т, 1986. – С. 12–17.
5. Бухінська Т. В. Розмір та частота вживання різних типів речень у німецькій мові (на матеріалі художньої прози та публіцистики) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Бухінська Тетяна Вікторівна. – Ч., 2007. – 250 с.

6. Зинченко Я. Р. Коммуникативные стратегии в дискурсе Гельмута Коля / Я. Р. Зинченко // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. науч. конф., 3-4 мая 2001 г. : тезисы докл. – Минск, 2001. – С. 35–37.
7. Кікало А. В. Комуникативно-прагматичні особливості спортивного тексту французької преси : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05 / Кікало Анжеліка Василівна. – Ужгород, 1995. – 154 с.
8. Миронова В. Ю. Лингвистическая характеристика речевого жанра научно-технического реферата (на материале немецких научно-технических реферативных журналов) : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки” / В. Ю. Миронова. – М., 1975. – 20 с.
9. Олександренко К. В. Екстралінгвістичні фактори створення експресивності у газетній комунікації / К. В. Олександренко // Актуальні проблеми філології та перекладознавства : зб. наук. пр. – Хмельницький : ХНУ, 2007. – Вип. 3. – С. 94–96.
10. Подолян М. П. Публіцистика як система жанрів / Подолян М. П. – К. : Наукова думка, 1998. – 220 с.
11. Провоторов В. И. Очерки по жанровой стилистике текста (на материале немецкого языка) / Провоторов В. И. – Курск : изд-во РОСИ, 2001. – 288 с.
12. Семенцова І. М. Комуникативна стратегія як елемент теорії комунікації / І. М. Семенцова // Мовні концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К. : Прайм-М, 2002. – № 6. – С. 161–166.
13. Солганик Г. Я. К проблеме классификации функциональных стилей на интралингвистической основе / Г. Я. Солганик // Основные понятия и категории лингвостилистики : межвуз. сб. науч. тр. – Пермь : Пермский ун-т, 1982. – С. 43–52.
14. Сысоева Т. А. Реализация стратегий автора в текстах массовой коммуникации / Т. А. Сысоева // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. науч. конф., 3-4 мая 2001 г. : тезисы докл. – Минск, 2001. – С. 95–99.
15. Тарасова И. П. Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьез / Тарасова И. П. – М. : Высшая школа, 1992. – 174 с.
16. Ухванова И. Ф. Тематические коммуникативные стратегии в дискурсе печатного издания Европарламента “Tribune Pour l’Europe” / И. Ф. Ухванова, А. А. Маркович // Стратегии коммуникативного поведения : междунар. науч. конф., 3-4 мая 2001 г. : тезисы докл. – Минск, 2001. – С. 94–104.
17. Чайка Л. В. Питальні висловлювання у комуникативному аспекті (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Чайка Лариса Василівна. – К., 1998. – 165 с.
18. Felix S. W. Kognitive linguistik. Repräsentation und Prozesse / Felix S. W., Habel C., Rickheit G. – Opladen : Westdt. Verl., 2004. – 320 S.

19. Fleischer W. Stilistik der Deutschen Gegenwartssprache / Fleischer W., Michel G., Starke G. – Frankfurt am Main; Berlin; Bern : Peter Lang, 1996. – 341 S.
20. Heusinger S. Texterzeugung, Textanalyse; Stilgestaltung und Stilwirkungen in der sprachlichen Kommunikation / Heusinger S. – Frankfurt am Main : Lang, 1995. – 162 S.
21. Maynard D. W. The perspective-display series and the delivery and receipt of diagnostic news / D. W. Maynard // Talk and Social Structure / [Ed. by D. Boden and D. H. Zimmerman]. – Cambridge : Polity Press, 1991. – P. 164–192.
22. Püschel Ü. Die Zeitung – das altjunge Medium / Ü. Püschel // Kommunikation und Lernen mit alten und neuen Medien / [unter Leitung von B. Rüschoff, U. Schmitz]. – Frankfurt/M. : Peter Lang, 1996. – S. 28–38.
23. Volek B. Die Kategorie der Emotionalität in der Sprache / B. Volek // Papiere zur Linguistik. – 1977. – № 18. – S. 123–148.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Ваше здоров'я, 37(1065)/2010.
2. Високий замок, 01.07/2010.
3. Віче 6/2010.
4. Газета по-українськи, 146(1102)/ 2010.
5. Світогляд, 1(21)/2010.
6. Світогляд, 2(22)/2010.
7. Український тиждень, 40(153)/2010.
8. Bunte, 21/2007.
9. Der Spiegel, 16/2008.
10. Deutschland, 5/2004.
11. Die Presse, 6.4/2000.
12. Die Presse, 22.4/2000.
13. Gala, 37/2004.
14. Gala, 43/2006.
15. Live, 4/2007.
16. Österreich Spiegel, 3/2009.
17. Politische Studien, 2/2001.

Summary

The article reveals the communicators' interaction specificity in modern publicistic interview. By analysis of the interviews in modern German and Ukrainian press the respondent's peaceful and disputed strategies are determined by the speech strategy of information granting and the point of view expression which depend on desire or unwillingness to give the socially important information to the interviewer. With the help of German and Ukrainian languages the respondent's speech tactics, aimed at realizing his communicative intention and pragmatic objective have been characterized.