

общей референцией, коммуникативной направленностью и стремлением адресанта реализовать прагматический замысел.

**Ключевые слова:** жанр, рекламно-информационный коллаж, адресант, адресат, образ коммуникативного прошлого, образ будущего.

**Smoliana A. Advertising-Informative Collage as Genre.**

*The advertising-informative blocks on the English book jackets were examined in the paper and belonging of the text on book jackets with nonverbal components to the genre of advertising-informative collage was justified. Characteristic features, compositional peculiarities and communicative purpose of the AIC were analyzed, and it was determined that verbal components were represented by various genres, such as review, blurb, author's biography, quotation. The communicative structure of the AIC was scrutinized: it comprises addresser and addressee, space of the text which is represented by the image of communicative past and future. The ways of appeal to the addressee in the AIC were examined. The context of the "book's past" is created by means of reviews of the readers and mass media, mentioning in the text of the other books of the author or filming of the advertised book. Projection on the book's future can be seen in the readers' impressions that they will obtain, and success of the book in future. It is defined that coherence of the AIC's perception is reached by verbal and visual-graphic means, and link of the texts in the advertising-informative blocks is provided by general reference, communicative directivity and effort of the addresser to realize the pragmatic intention.*

**Key words:** genre, advertising-informative collage, addresser, addressee, image of communicative past, image of future.

Світлана Тхоровська  
(Львів)

УДК 811.111'42:070.1:316.642.3

**ДИХОТОМІЯ „СВІЙ” – „ЧУЖИЙ” У КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ  
ІДЕОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ (НА ПРИКЛАДІ ВИКОРИСТАННЯ ПАСИВУ В ТЕКСТАХ  
РЕДАКЦІЙНИХ СТАТЕЙ “THE NEW YORK TIMES” ТА “THE DAILY TELEGRAPH”)**

*У статті розглянуто актуалізацію дихотомії „свій” – „чужий” як наслідок процесу категоризації, яка визначає вибір інформації та засоби для її вербалізації. Проаналізовано роль пасивного стану у забезпеченні її реалізації. В основі категоризації лежить ідеологія як система соціокультурних норм та цінностей. Вона визначає ідентичність учасників групи та встановлює межі „свого” та „чужого”. Дихотомія „своє” – „чуже” – одна з фундаментальних когнітивних категорій, що керує принципами мислення та сприйняттям дійсності. Вона лежить в основі формування „своєї” спільноти та протиставлення „чужій”, що сприяє реалізації базових стратегій ідеологічного дискурсу – позитивного та негативного представлення відповідно „нашої” та „їхньої” груп. Вагому роль при цьому відіграє використання пасивного стану як засобу маніпуляції референтами, що уможливорює підміну суб'єкта об'єктом та навпаки, а номіналізація дозволяє усунути відповідальність завдяки елімінації суб'єкта дії. Такі способи вербалізації інформації сприяють нав'язуванню адресатові точки зору адресанта.*

**Ключові слова:** категоризація, ідеологічний дискурс, ідеологія, дихотомія „свій”-„чужий”, маніпуляція, номіналізація.

**Постановка наукової проблеми.** Категоризація (від гр. *kategoria* – ознака; висловлення, обвинувачення) як когнітивний процес, що дозволяє розпізнати та виявити характерні ознаки у низці об'єктів, слугує однією з визначальних рис ідеологічного дискурсу [див.: 15]. Процеси категоризації, які акцентують належність до певної групи, відіграють центральну роль у формуванні соціальної ідентичності – тієї частини уявлення індивідуума про себе, яка є похідною від його розуміння свого місця у суспільній групі (або групах) разом з ціннісним і емоційним значенням, що впливає з нього [23, с. 255]. Категоризація передбачає формування

уявлення про себе та свою групу шляхом утворення категорiй, ознак, з якими представники цiєї групи iдентифiкують себе, протиставляючи її iншим групам.

В основi процесу категоризацiї лежить iдеологiя як сукупнiсть соцiокультурних норм та цiнностей, якi подiляють групи. Такi загальнi iдеологiї формують базу для бiльш своєрiдних групових позицiй (attitudes), якi, у свою чергу, позначаються на iндивiдуальних переконаннях членiв групи, iхнiх уявленнях та iнтерпретацiях окремих подiй, на дискурсi членiв цiєї групи [20, с. 122]. Як зазначає У. Еко, пiд iдеологiю пiдпадає все те, що певною мiрою вiдоме адресатовi та суспiльнiй групi, до якої вiн належить, „системи його психологiчних очiкувань, усi його iнтелектуальнi навички, життєвий досвiд, моральнi принципи” [18, с. 107]. Словом, iдеологiя охоплює складну систему iдей, накопичену протягом життєвого досвiду групи, її ставлення до оточення. З одного боку, iдеологiя координує взаємини учасникiв усерединi групи та з членами iнших груп, допомагає iхнiй взаємодiї. З iншого – вона є „граматикою” групових суспiльних практик, забезпечуючи учасникiв групи принципами та нормами поведiнки [16, с. 66], визначаючи межi „свого” та „чужого”.

**Аналіз останнiх дослiджень i публiкацiй.** Дослiдження феномену „свого” / „чужого”, „самого” / „iншого” викликає зацiкавлення низки науковцiв (див.: М.М. Бахтiн [1], I.А. Бехта [3], Ю.М. Лотман [10], П. Серiо [14], Т. ван Дейк [19], Г. Кресс [22], О.І. Шейгал [17], Л.В. Куликова [9]). Вивчення питання набуло особливої ваги в контекстi фiлософiї постмодернiзму. Проте основою аналізу слугують передовсiм погляди М.М. Бахтiна, який дослiджував „чуже слово” у лiтературному текстi. Учений зазначає, що все значуще й цiнне завжди зосереджується навколо одного центру – носiя панiвної думки, „iнший” голосу не має, а ставлення до нього передбачає цiннiсне протиставлення *я* та *iншого* [див.: 1; 2].

**Мета статтi** полягає у визначеннi ролi пасивного стану як одного iз засобiв категоризацiї та iнструменту актуалiзацiї дихотомiї „своє” – „чуже” у текстах редакцiйних статей.

**Виклад основного матерiалу й обґрунтування отриманих результатiв дослiдження.** Iснує думка, що принцип семантичних опозицiй був властивий ще архаїчному людському мисленню. Упродовж аналізу способiв та концептiв, за допомогою яких люди описують свiт та категоризують його, стає очевидним, що цей опис наповнений бiнарними опозицiями, уся складнiсть свiту зводиться до дихотомiй. Звiдси – розмежування „свого” та „чужого”, адже саме ця дихотомiя – одна з базових когнiтивних категорiй, яка визначає принципи мислення та сприйняття дiйсностi – лежить в основi ключових стратегiй iдеологiчного дискурсу.

Окремi дослiдники користуються позначеннями „друг” / „ворог”, суть розмежування яких полягає у тому, щоб „позначити найвищий ступiнь iнтенсивностi з’єднання чи роздiлення, асоцiацiї чи дисоцiацiї”. „Ворог” не завжди поганий, вiн лише „чужий”, не такий, як „свiй” [17, с. 113]. Iснують природно-генетичнi (зовнiшнi сигнали) та суспiльно-культурнi (спосiб життя, поведiнка) ознаки чужостi. Тому „чуже” – це незнайоме, невідоме, таке, що знаходиться поза межами звичного способу життя, а вiдтак мiстить загрозу [9, с. 180–184].

В iдеологiчному дискурсi адресант, подаючи iнформацiю, iдентифiкує себе з аудиторiєю, з адресатом, що й лежить в основi реалiзацiї базової стратегiї iдеологiчного дискурсу – стратегiї позитивної самопрезентацiї, а вiдтак i стратегiї негативної презентацiї „iнших”, адже власна iдентичнiсть визначається через порiвняння з iдентичностю iнших груп людей. Створюючи атмосферу довiри, адресант категоризує свiт на „своiх” та „чужих” шляхом створення МИ-концепту, яке супроводжується експлiцитним чи iмплiцитним створенням антагонiстичного ВОНИ-концепту [12].

Основою для iдентифiкацiї групи стають рiзнi ознаки – гендернi, расовi, нацiональнi, культурнi, релiгiйнi. „Своiй” культурi протистоїть „не-культура” iнших колективiв, протиставлення вiдбувається за ознакою „органiзованiсть” – „неорганiзованiсть”, органiзацiя виступає як сильний член опозицiї, який мiстить марковану ознаку, а антитеза вказує на її вiдсутнiсть [10, с. 462, с. 470]. Висловлення про „iнших” є частиною дискурсу про „себе” [5, с. 86].

З метою уникнення вiдвертого нав’язування думки та її можливого несприйняття адресатом, iнформацiя подається та пiдводиться пiд його ментальну модель – „репрезентацiю реальної, гiпотетичної чи уявної ситуацiї” [24, с. 525] – так, щоб вiн прийняв її, зiставивши з уже

вiдомим йому знанням, мета адресанта – допомогти адресатовi в опрацюваннi iнформацiї перейти вiд окремого прикладу до узагальнення [7, с. 52].

Реалiзацiя зазначених стратегiй уможливлює манiпуляцiю моделлю ситуацiї: акцентується увага лише на негативних аспектах „iхнiх” вчинкiв, реалiй та на позитивних якостях „наших”, що сприяє поляризацiї мiж „нами” та „ними”. У цьому процесi адресатам вiдведена пасивна роль i вони не усвiдомлюють справжнi iнтенцiї адресанта. Адресатовi, не вимагаючи вiд нього жодних iнтелектуальних зусиль, подається вже готовий та вербально оформлений продукт, який викликає у нього певну (закладену адресантом) реакцiю.

Манiпуляцiя здатна виявитись навлiть у емфазуваннi окремого моменту, внаслiдок чого розумiння ситуацiї буде частковим чи упередженим, як скажiмо, у випадку з акцентуванням другорядної деталi, що, проте, може привести до змiщення акценту з головної теми. Адресат отримує вже готовий матерiал, „запакований” у певну мовну форму, адже „кожен мовний елемент – складний i чутливий iнструмент, на якому грає той, хто користується мовою” [4, с. 97]. Основним намиром адресанта є досягнення мети навлiть шляхом цiлеспрямованого та прихованого нав'язування своїх поглядiв, спотворення iнформацiї та її замовчування. Манiпулювання актуальною iнформацiєю та її вербальне „оформлення” виступають частиною реалiзацiї стратегiй iдеологiчного дискурсу, адже будь-яка лiнгвальна одиниця в тексті має певну мотивацiю, одне й те ж можна висловити у рiзний спосiб.

Розглянемо, як дихотомiя „своє”/ „чуже” виявлятиметься на прикладi застосування пасивного стану у текстах редакцiйних статей “*The Daily Telegraph*” та “*The New York Times*”.

Синтаксис речення вiдображає розподiл семантичних ролей учасникiв подiї порядком слiв, рiзним функцiональним спiввiдношенням елементiв, використанням активних i пасивних форм. Порядок слiв сигналізує, чи прагне адресант наголосити на аспектi, чи, навпаки, приховати, маргiналізувати його [6, с. 125].

В основi вираження категорiї стану лежить дiєслово, яке слугує ядром ситуацiї, навколо нього групується основнi учасники ситуацiї, або семантичнi актантi – суб'єкти (агенси) та об'єкти (пацiенси) [13, с. 100]. Вiдтак простежуємо реалiзацiю дискурсних референтiв у iхнiх ролях: у ролi агенса (та граматичного суб'єкта) негативних дiй та пацiенса позитивних виступає передовсiм представник „iншої” групи, у ролi пацiенса негативних дiй та агенса позитивних виступає представник „нашої” групи. З огляду на це мова йде про манiпулятивний розподiл семантичних ролей в iдеологiчному дискурси.

„Перебування референта у фокусi уваги (focal attention) – необхідна i достатня умова того, щоб цей референт був кодований пiдметом. Якщо дана предикацiя перехiдна, i фокусний референт – це агенс, то дiєслово приймає форму активного стану; якщо ж у фокусi пацiєнс, то дiєслово виявиться у пасивi” [8, с. 134]. Позицiя агенса сприяє акцентуванню важливого на думку адресанта аспекту, переконуючи адресата та впливаючи на ментальну модель, а отже i на спосiб iнтерпретацiї, закладений адресантом, як от у прикладi “*It (USA administration) has been seeking to build a more coherent opposition movement from disparate groups*”. У цьому реченнi уряд США стоiть у позицiї агенса, несучи вiдповiдальнiсть за свої дiї, а саме намагання вплинути на ситуацiю в Сирiї, органiзувати опозицiйний рух з метою скинути „невигiдного” президента.

Використання пасивного стану має на метi iмплiкувати припущення про те, що джерело певного процесу знаходиться десь ззовнi, агенс дiї невідомий або iмплiцитний, провинна змiщується на заднiй план або усувається, як от у прикладi “*Britain is playing an important mediatory role between Moscow and Washington, this time in an attempt to defuse the most agonising political dilemma faced by the great powers since Bosnia-Herzegovina was ripped apart in the 1990s*”. З ширшого контексту стає зрозумiло, що активну участь у вiйнi на Балканах брали США та iхнi європейськi союзники у складi НАТО, проте експлiцитно це не манiфестується завдяки пасивнiй формi. „Наша” вiдповiдальнiсть знижується, у переходить в iмплiцитний план унаслiдок перенесення фокусу повiдомлення шляхом застосування пасиву. У цьому ж реченнi простежуємо використання активу, де в ролi агенса-посередника, який забезпечує конструктивний процес переговорiв, виступає Британiя, що цiлком вiдповiдає застосування ключових стратегiй iдеологiчного дискурсу. У реченнi “*Mr. Assad has been accused of using chemical weapons*” пасивна форма дозволяє усунути вiдповiдальнiсть за розповсюдження iнформацiї за допомогою

приховування її джерела, адже з контексту незрозуміло, хто звинувачує цю людину у застосуванні хімічної зброї.

У випадках пониження ролі агенса (редукція суб'єкта) простежуємо сигнал спільного знання, беззаперечної істини [11, с. 94], як от у реченні, що постулює застосування Сирією хімічної зброї: “*The agent was sarin gas, which Syria is believed to have stockpiled*”. Адресант знімає з себе відповідальність за подання інформації, зміщуючи її на абстрактне джерело. Іноді пасив дозволяє імплікувати сумнів щодо правдивості певного судження, як це ілюструє приклад “*Evo Morales, an Aymara Indian who is thought to have won about 50 per cent of the vote in Sunday’s Bolivian election on a radical socialist ticket*”. Підкреслена частина імплікує невпевненість у тому, що він дійсно отримав близько 50% голосів завдяки використанню пасивної конструкції у комбінації з дієсловом припущення *to think*.

Аналіз типів предикатів, які домінують у статтях [21, с. 73], засвідчує, що предикати, які виражають дії, є під контролем агенсів, на відміну від процесів. Звідси випливає, що агенс контролює дії („наш” агенс – позитивні, „їхній” – негативні), натомість процеси не мають експліцитного агенса, а отже ніхто не несе відповідальності за них.

Окремим аспектом, який слід виокремити в межах аналізованого питання, є випадки номіналізації, яка позначає дії та процеси, усуваючи суб'єкта дії, агенса, а відсутність суб'єкта уможливорює маніпуляцію з „поіменованими” сутностями [21, с. 79]. Номіналізація – вигідний спосіб нав'язування думки, з одного боку, і зняття із себе відповідальності, з іншого, адже коли підрядне речення з суб'єктом, предикатом, об'єктом дії, які показують, хто виконує дію, хто є пацієнтом дії, коли та за яких обставин цю дію виконують, трансформується в одне слово, важко судити про актантів та жертв, що можна легко використати у маніпулятивних цілях, як от у реченні “*The unanimity reached in London yesterday by the council’s five permanent members is an intensification of political pressure on the Islamic republic*”. Лексема *intensification* не виражає безпосередньо, хто саме буде „посилювати” тиск на Іран (мова йде саме про цю країну), відтак знімає відповідальність за дію, за те, коли і як відбуватиметься ця дія. До того ж, семантика лексеми доволі розпливчата, що дозволяє адресатові домислити, про який саме тиск йдеться. Те ж стосується номінативних одиниць *justification, intimidation, allegation, manipulation, provocation, escalation, occupation, retaliation, intervention, deliberation, transformation* тощо. Номіналізація, як і безагенсні конструкції, сприяє зниженню критичного сприйняття повідомлення шляхом усунення суб'єкта дій і фокусування уваги лише на самому процесі.

**Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок.** Оскільки синтаксис речення відображає розподіл семантичних ролей учасників події, використання пасивного стану має вагоме смислове навантаження. Завдяки йому учасник подається як жертва або як суб'єкт дії, що, у свою чергу, має ідеологічні наслідки. Те ж стосується випадків номіналізації, яка позначає дії та процеси, внаслідок чого зникає суб'єкт дії, що використовується у маніпулятивних цілях. Такі способи вербалізації інформації сприяють нав'язуванню адресатові ідеологічної оцінки, яку постулює адресант редакційної статті, сприяючи реалізації дихотомії „свій” – „чужий” на рівні синтаксису. Перспективним видається простежити актуалізацію дихотомії „свій” – „чужий” через призму використання інших синтаксичних структур, зокрема різних типів речень.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского / М. М. Бахтин. – М. : Советский писатель, 1963. – 364 с.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 424 с.
3. Бехта І. А. Авторське експериментаторство в англійській прозі ХХ століття / І. А. Бехта. – Львів : ПАІС, 2013. – 268 с.
4. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88–126.
5. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак. – Волгоград : Перемена, 1997. – 139 с.
6. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк : [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
7. Иссерс О. С. Паша-„Мерседес”, или речевая стратегия дискредитации / О. С. Иссерс // Вестник Омского университета. – Омск, 1997. – Вып. 2. – С. 51–54.
8. Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – М., 1994. – № 5. – С. 126–139.

9. Куликова Л. В. Концепт „чужой” в теории межкультурной коммуникации (русско-немецкий контекст) / Л.В. Куликова // Вестник МГУ. Серия 19 : „Лингвистика и межкультурная коммуникация”. – М., 2004. – № 1. – С. 179 – 187.
10. Лотман Ю. С. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство-СПб, 2000. – 704 с.
11. Матвеев А. А. Модальность знания как модальность логического типа (на материале русских и английских публицистических текстов) / А. А. Матвеев // Филологические науки. – М., 2002. – № 2. – С. 89–97.
12. Милевич И. Г. Язык масс-медиа: отражение современных мифов и идеологий / И. Г. Милевич // RESPECTUSPHILOGICUS [Электронный ресурс]. – 2003. – № 4(9). – Режим доступа : <http://filologija.vukhf.lt/4-9/doc/Mlevich.doc>
13. Полiщук Н. П. Функцiональнi особливостi категорiї пасивного стану / Н. П. Полiщук // Культура народов Причерноморья. – Симферополь : Межвузовский центр „Крым”, 2001. – № 25. – С. 97–100.
14. Серио П. Квадратура смысла : Французская школа анализа дискурса / П. Серио. – М. : ОАО ИГ „Прогресс”, 1999. – 416 с.
15. Тхоровська С. В. Идеологiчний дискурс англомовної преси (лiнгвокогнiтивнi аспекти) : дис. ... канд. фiлол. наук : спец. 10.02.04 / С. В. Тхоровська. – Львiв, 2010. – 230 с.
16. Хмельцов А. И. Когда „они” говорят о „нас” : политический дискурс-анализ и семиотика внешней политики в междисциплинарной перспективе / А. И. Хмельцов // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 59–71.
17. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : „Гнозис”, 2004. – 326 с.
18. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : ТОО ТК „Петрополис”, 1998. – 432 с.
19. Dijk T. A. van. Ideological discourse analysis / T. A. van Dijk // New Courant. – Helsinki, 1995. – № 4. – P. 135–161.
20. Dijk T. A. van. Ideology and discourse analysis / T. A. van Dijk // Journal of Political Ideologies. – London : Routledge, 2006. – Vol. 11 (2). – P. 115–140.
21. Fowler R. Language in the news. Discourse and ideology in the press / R. Fowler. – London and New York :Routledge, 1991. – 254 p.
22. Kress G. Language as ideology / G. Kress, R. Hodge. – London, 1979. – 161 p.
23. Tajfel H. Human groups and social categories : Studies in social psychology / H. Tajfel. – Cambridge : Cambridge University Press, 1981. – 384 p.
24. The MIT encyclopedia of the cognitive sciences : [ed. by R. A. Wilson, F. C. Keil]. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 1999. – 964 p.

**Джерела iлюстративного матерiалу:**

<http://www.nytimes.com/pages/opinion/global/index.html>

<http://www.telegraph.co.uk/comment/telegraph-view/>

***Тхоровская С. Дихотомия „свой” – „чужой” в коммуникативном пространстве идеологического дискурса (на примере использования пассива в текстах редакционных статей "The New York Times" и "The Daily Telegraph").***

*В статье рассмотрена актуализация дихотомии „свой” – „чужой” как следствия процесса категоризации, которая определяет выбор информации и средства для ее вербализации, и проанализирована роль пассивного залога в обеспечении ее реализации. В основе категоризации лежит идеология как система социокультурных норм и ценностей. Она определяет идентичность участников группы и устанавливает пределы „своего” и „чужого”. Дихотомия „свое”–„чужое”–одна из фундаментальных когнитивных категорий, которая руководит принципами мышления и восприятием действительности. Она лежит в основе формирования „своего” сообщества и противопоставления „чужому”, что способствует реализации базовых стратегий идеологического дискурса – положительного и отрицательного представления соответственно „нашей” и „их” групп. Весомую роль при этом играет использование пассивного залога как средства манипуляции референтами, что создает условия для подмены субъекта объектом и наоборот, а номинализация позволяет устранить ответственность благодаря элиминации субъекта действия. Такие способы вербализации информации способствуют навязыванию адресату точки зрения адресанта.*

**Ключевые слова:** категоризация, идеологический дискурс, идеология, дихотомия „свой”–„чужой”, манипуляция, номинализация.

***Tkhorovska S. The dichotomy “self”–“other” in the communicative space of ideological discourse (on the example of passive voice in “The New York Times” and “The Daily Telegraph” editorials).***

*The article focuses on the actualization of the dichotomy “self”–“other” as a result of the categorization process which determines the range of information and tools for its verbalization, and analyzes the role of the passive voice in ensuring its realization. Categorization is based on ideology as a system of socio-cultural norms and values. It defines the identity of group members and imposes the limits of “us” and “them”. The dichotomy “self”– “other” is a fundamental cognitive category which governs the*

*principles of thinking and reality perception. It underlies the construction of "our" community and opposition to "their" community, which contributes to the implementation of the basic strategies of ideological discourse – positive self-presentation and negative presentation of "others". A significant role is attributed to the use of the passive voice as a means of referent manipulation which enables the substitution of the subject by the object of the action and vice versa. Nominalization removes responsibility due to the subject elimination. By implementing such methods of verbalizing information the addresser imposes their viewpoint on the addressee.*

**Key words:** categorization, ideological discourse, ideology, dichotomy "self" - "other", manipulation, nominalization.

**Оксана Хапина**  
(Одесса)

811.111-342

### **РОЛЬ ТЕМПА РЕЧИ В РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНОЙ ИНТЕНЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДИАЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)**

*В статье описан характер вариативности темпа речи в зависимости от интенции говорящего. Отправной точкой исследования послужило положение о том, что интенция лежит в основе речевого акта, мотивирует его, воплощается посредством разнообразных способов языкового выражения в диалогических высказываниях. Поскольку просодические средства выражения интенции в диалогическом дискурсе исследованы крайне мало, автор статьи сосредоточилась именно на них, посвятив статью выявлению темпоральных закономерностей построения диалогического дискурса. В статье приводится классификация диалогов, согласно их интенции и степени участия коммуникантов. В результате исследования выяснилось, что характер вариативности темпа в исследуемых диалогах различный: убыстренным темпом характеризуются информационные и смешанные диалоги; средний или чуть замедленный темп присущ побудительным и убеждающим диалогам; диалоги-самопрезентации характеризуются средним или ускоренным темпом; в смешанных диалогах наблюдается резкое контрастирование убыстренного темпа с замедленным.*

**Ключевые слова:** диалог, диалогический дискурс, коммуникативная интенция, просодия, темп речи.

**Постановка научной проблемы.** В настоящее время интерес лингвистов в большей степени концентрируется не на абстрактной системе языковых форм и изолированных монологических высказываниях, а на социально-речевом взаимодействии. Предметом изучения становится процесс социального взаимодействия индивидов, а объектом исследования – диалог, рассматриваемый как обмен стимулами и реакциями. Основной форме речевого общения – устному диалогу, в котором наиболее полно раскрывается коммуникативная функция языка, – и посвящено настоящее исследование.

Диалогический дискурс в современной лингвистике рассматривается как речевое взаимодействие двух (или более) коммуникантов, как динамическая последовательность реплик, которыми обмениваются коммуниканты для решения той или иной задачи общения, под контролем определенной стратегии или в соответствии с определенной интеракциональной интенцией. Наличие общей коммуникативной интенции, глобальной цели, реализация которой происходит благодаря усилиям коммуникантов, признается одной из основных характеристик диалогического дискурса.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованием роли интенции в процессе организации речевой деятельности занимались многие отечественные и зарубежные лингвисты (Н.Д. Арутюнова, О.С. Ахманова, В.З. Демьянков, И.А. Зимняя, Е.В. Падучева, Г.Г. Почепцов, Л.П. Семенов, И.А. Стернин, Т.А. Ван Дейк, Дж. Остин, Дж. Серль и др.). Значительное количество работ в данной области принадлежит социологам и психологам (Э. Берн, Г.Х. Врихт, Л.С. Выготский, Т.М. Дридзе, А.А. Леонтьев и др.). Актуальность настоящего исследования обусловлена недостаточной изученностью просодии как средства