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 ПРОСТОРІ 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 уможливлює 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 випливає з нього [23, с. 255]. Категоризація передбачає формування

уявлення про себе та свою групу шляхом утворення категорій, ознак, з якими представники цієї групи ідентифікують себе, протиставляючи її іншим групам.

В основі процесу категоризації лежить ідеологія як сукупність соціокультурних норм та цінностей, які поділяють групи. Такі загальні ідеології формують базу для більш своєрідних групових позицій (attitudes), які, у свою чергу, позначаються на індивідуальних переконаннях членів групи, їхніх уявленнях та інтерпретаціях окремих подій, на дискурсі членів цієї групи [20, с. 122]. Як зазначає У. Еко, під ідеологію підпадає все те, що певною мірою відоме адресатові та суспільній групі, до якої він належить, „системи його психологічних очікувань, усі його інтелектуальні навички, життєвий досвід, моральні принципи" [18, с. 107]. Словом, ідеологія охоплює складну систему ідей, накопичену протягом життєвого досвіду групи, її ставлення до оточення. З одного боку, ідеологія координує взаємини учасників усередині групи та з членами інших груп, допомагає їхній взаємодії. З іншого – вона є „граматикою" групових суспільних практик, забезпечуючи учасників групи принципами та нормами поведінки [16, с. 66], визначаючи межі „свого" та „чужого".

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження феномену „свого" / „чужого", „самого" / „іншого" викликає зацікавлення низки науковців (див.: М.М. Бахтін [1], І.А. Бехта [3], Ю.М. Лотман [10], П. Серіо [14], Т. ван Дейк [19], Ґ. Кресс [22], О.І. Шейгал [17], Л.В. Куликова [9]). Вивчення питання набуло особливої ваги в контексті філософії постмодернізму. Проте основою аналізу слугують передовсім погляди М.М. Бахтіна, який досліджував „чуже слово" у літературному тексті. Учений зазначає, що все значуще й цінне завжди зосереджується навколо одного центру – носія панівної думки, „інший" голосу не має, а ставлення до нього передбачає ціннісне протиставлення *я* та *іншого* [див.: 1; 2].

Мета статті полягає у визначенні ролі пасивного стану як одного із засобів категоризації та інструменту актуалізації дихотомії „своє" – „чуже" у текстах редакційних статей.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Існує думка, що принцип семантичних опозицій був властивий ще архаїчному людському мисленню. Упродовж аналізу спосіб та концептів, за допомогою яких люди описують світ та категоризують його, стає очевидним, що цей опис наповнений бінарними опозиціями, уся складність світу зводиться до дихотомій. Звідси – розмежування „свого" та „чужого", адже саме ця дихотомія – одна з базових когнітивних категорій, яка визначає принципи мислення та сприйняття дійсності – лежить в основі ключових стратегій ідеологічного дискурсу.

Окремі дослідники користуються позначеннями „друг" / „ворог", суть розмежування яких полягає у тому, щоб „позначити найвищий ступінь інтенсивності з'єднання чи розділення, асоціації чи дисоціації". „Ворог" не завжди поганий, він лише „чужий", не такий, як „свій" [17, с. 113]. Існують природно-генетичні (зовнішні сигнали) та суспільно-культурні (спосіб життя, поведінка) ознаки чужості. Тому „чуже" – це незнайоме, невідоме, таке, що знаходиться поза межами звичного способу життя, а відтак містить загрозу [9, с. 180–184].

В ідеологічному дискурсі адресант, подаючи інформацію, ідентифікує себе з аудиторією, з адресатом, що й лежить в основі реалізації базової стратегії ідеологічного дискурсу – стратегії позитивної самопрезентації, а відтак і стратегії негативної презентації „інших", адже власна ідентичність визначається через порівняння з ідентичністю інших груп людей. Створюючи атмосферу довіри, адресант категоризує світ на „своїх" та „чужих" шляхом створення МИ-концепту, яке супроводжується експліцитним чи імпліцитним створенням антагоністичного ВОНИ-концепту [12].

Основою для ідентифікації групи стають різні ознаки – ґендерні, расові, національні, культурні, релігійні. „Своїй" культурі протистоїть „не-культура" інших колективів, протиставлення відбувається за ознакою „організованість" – „неорганізованість", організація виступає як сильний член опозиції, який містить марковану ознаку, а антитеза вказує на її відсутність [10, с. 462, с. 470]. Висловлення про „інших" є частиною дискурсу про „себе" [5, с. 86].

З метою уникнення відвертого нав'язування думки та її можливого несприйняття адресатом, інформація подається та підводиться під його ментальну модель – „репрезентацію реальної, гіпотетичної чи уявної ситуації" [24, с. 525] – так, щоб він прийняв її, зіставивши з уже

відомим йому знанням, мета адресанта – допомогти адресатові в опрацюванні інформації перейти від окремого прикладу до узагальнення [7, с. 52].

Реалізація зазначених стратегій уможливлює маніпуляцію моделлю ситуації: акцентується увага лише на негативних аспектах „їхніх" вчинків, реалій та на позитивних якостях „наших", що сприяє поляризації між „нами" та „ними". У цьому процесі адресатам відведена пасивна роль і вони не усвідомлюють справжні інтенції адресанта. Адресатові, не вимагаючи від нього жодних інтелектуальних зусиль, подається вже готовий та вербально оформлений продукт, який викликає у нього певну (закладену адресантом) реакцію.

Маніпуляція здатна виявитись навіть у емфазуванні окремого моменту, внаслідок чого розуміння ситуації буде частковим чи упередженим, як скажімо, у випадку з акцентуванням другорядної деталі, що, проте, може привести до зміщення акценту з головної теми. Адресат отримує вже готовий матеріал, „запакований" у певну мовну форму, адже „кожен мовний елемент – складний і чутливий інструмент, на якому грає той, хто користується мовою" [4, с. 97]. Основним наміром адресанта є досягнення мети навіть шляхом цілеспрямованого та прихованого нав'язування своїх поглядів, спотворення інформації та її замовчування. Маніпулювання актуальною інформацією та її вербальне „оформлення" виступають частиною реалізації стратегій ідеологічного дискурсу, адже будь-яка лінгвальна одиниця в тексті має певну мотивацію, одне й те ж можна висловити у різний спосіб.

Розглянемо, як дихотомія „своє"/ „чуже" виявлятиметься на прикладі застосування пасивного стану у текстах редакційних статей "*The Daily Telegraph*" та "*The New York Times*".

Синтаксис речення відображає розподіл семантичних ролей учасників події порядком слів, різним функціональним співвідношенням елементів, використанням активних і пасивних форм. Порядок слів сигналізує, чи прагне адресант наголосити на аспекті, чи, навпаки, приховати, маргіналізувати його [6, с. 125].

В основі вираження категорії стану лежить дієслово, яке слугує ядром ситуації, навколо нього групуються основні учасники ситуації, або семантичні актанти – суб'єкти (агенси) та об'єкти (пацієнси) [13, с. 100]. Відтак простежуємо реалізацію дискурсних референтів у їхніх ролях: у ролі агенса (та граматичного суб'єкта) негативних дій та пацієнса позитивних виступає передовсім представник „іншої" групи, у ролі пацієнса негативних дій та агенса позитивних виступає представник „нашої" групи. З огляду на це мова йде про маніпулятивний розподіл семантичних ролей в ідеологічному дискурсі.

„Перебування референта у фокусі уваги (focal attention) – необхідна і достатня умова того, щоб цей референт був кодований підметом. Якщо дана предикація перехідна, і фокусний референт – це агенс, то дієслово приймає форму активного стану; якщо ж у фокусі пацієнс, то дієслово виявиться у пасиві" [8, с. 134]. Позиція агенса сприяє акцентуванню важливого на думку адресанта аспекту, переконуючи адресата та впливаючи на ментальну модель, а отже і на спосіб інтерпретації, закладений адресантом, як от у прикладі "*It (USA administration) has been seeking to build a more coherent opposition movement from disparate groups*". У цьому реченні уряд США стоїть у позиції агенса, несучи відповідальність за свої дії, а саме намагання вплинути на ситуацію в Сирії, організувати опозиційний рух з метою скинути „невигідного" президента.

Використання пасивного стану має на меті імплікувати припущення про те, що джерело певного процесу знаходиться десь ззовні, агенс дії невідомий або імпліцитний, провина зміщується на задній план або усувається, як от у прикладі "*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 зрозуміло, що активну участь у війні на Балканах брали США та їхні європейські союзники у складі НАТО, проте експліцитно це не маніфестується завдяки пасивній формі. „Наша" відповідальність знижується, у переходить в імпліцитний план унаслідок перенесення фокусу повідомлення шляхом застосування пасиву. У цьому ж реченні простежуємо використання активу, де в ролі агенса-посередника, який забезпечує конструктивний процес переговорів, виступає Британія, що цілком відповідає застосування ключових стратегій ідеологічного дискурсу. У реченні "*Mr. Assad has been accused of using chemical weapons*" пасивна форма дозволяє усунути відповідальність за розповсюдження інформації 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 уможливлює 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 пацієнсом 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 англомовній 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 // RESPECTUSPHILOLOGICUS [Электронный ресурс]. – 2003. – № 4(9). – Режим доступу : http://filologija.vukhf.lt/4-9/doc/Mlevich.doc
13. Поліщук Н. П. Функціональні особливості категорії пасивного стану / Н. П. Поліщук // 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. Ідеологічний дискурс англомовної преси (лінгвокогнітивні аспекти) : дис. … канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / С. В. Тхоровська. – Львів, 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. – Cambidge : 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 ілюстративного матеріалу:

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 убыстреного 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. Семененко, 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