

**Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
“Ужгородський національний університет”
Факультет іноземної філології**

***СУЧАСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ
З ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ***

Випуск 13

Збірник наукових праць

Ужгород – 2015

2. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
3. Burkhardt, A. Können Wörter lügen? // Universitas. Zeitschrift für interdisziplinäre Wissenschaft 47, 1992a. – S. 831-840.
4. Kunzmann, B. Vertrag von Lissabon. – Berlin, 2010. – 471 с.
5. Leinfellner, E. Der Euphemismus in der politischen Sprache. – Berlin: Duncker, Humblot, 1971. – 177 S.
6. Vertrag über die Europäische Union (Maastrichtvertrag). EGKS-EWG-EAG. Brüssel Luxemburg, 2006.
7. Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft vom 25.3.1957, geändert 1995//Europa-Recht. – Deutscher Taschenbuch Verlag, 1997. S. 4-132

Резюме

У статті розглянуто питання ролі політичних евфемізмів у німецькій мові. На прикладі офіційної документації Європейського Союзу, автором наведено приклади вживання евфемізмів, а також особливостей їх функціонування. Автором наголошено на тому, що головною метою вживання евфемізмів в німецькій, як і в будь-якій іншій мові, є нейтралізація неприємних, непопулярних у суспільстві аспектів. У ході такої нейтралізації, на думку автора, значення деяких виразів може мати спотворений характер, що може призвести до появи помилкових поглядів у суспільстві щодо певного питання.

УДК 811.111'371

АКТУАЛІЗАЦІЯ АДРЕСАТНОСТІ У ТЕКСТІ ПОЛІТІНТЕРВ'Ю

Прокопенко А.В., Рева Н.С.

Сумський державний університет

Активізація сучасних лінгвістичних досліджень у ручищі антропоцентричного підходу, що спирається на онтологічну первинність активного суб'єкта пізнавальної діяльності стосовно царини його існування, уможливорює вивчення текстів медіаполітичного дискурсу, які є домінантним інформативним джерелом суспільної та політичної діяльності. Наразі ЗМІ, трансформуючи інфопотоки, зайняли панівне місце у структуруванні суспільно-політичних процесів. У зв'язку з цим, дослідження тексту політінтерв'ю періоду

передвиборчої кампанії з урахуванням важливого антропокомпоненту комунікативного процесу – адресата, виявляється **актуальним** та необхідним.

Мета даної розвідки – оновлення, уточнення та визначення типологічних характеристик адресатності у тексті політінтерв'ю з урахуванням інтерактивності веб-сайтів новин – зумовлює вирішення наступних **завдань**: ідентифікація адресатності у тексті політичного інтерв'ю; визначення ролі та місця суб'єкт- та об'єкт-адресатів у тріаді учасників даного жанру медіаполітичного дискурсу; аналіз цілей та комунікативно-мовленнєвих стратегій об'єкт-адресата політінтерв'ю.

Матеріалом вивчення слугують тексти та транскрипти політінтерв'ю періоду передвиборчої кампанії, розміщені на американських веб-сайтах новин.

Кореляція адресант-адресат у різних мовленнєвих жанрах є об'єктом наукових розвідок багатьох вітчизняних та зарубіжних мовознавців, серед яких Баранов А.М., Бацевич Ф. С., Богданов В. В., Барташова Г. І., Вінокур Т. Г., Воробйова О. П., Єщенко Т. А., Левицький Ю. А., Михайлова О. В., Полонський А. В., Федосюк М. Ю., Черватюк І. С., Шейгал О. Й., Шмельова Т. В. та інші.

Виклад основного матеріалу і отримані висновки. Відповідно до психолінгвістичної моделі породження висловлювання, найважливішим об'єктом дійсності мовця є індивід / аудиторія, до кого він спрямовує своє висловлювання. Суб'єкт, що породжує висловлювання, та адресат, який сприймає це повідомлення, виступають у мовленнєвому спілкуванні перш за все як особистості, тому мовленнєва діяльність завжди має особистісну орієнтованість [6, с. 122]. У трактовці дефініції «адресат» Ф. Ц. Бацевич відмічає, що це є особа, яка сприймає повідомлення і відповідно до своїх когнітивних стратегій і конкретних контекстних та ситуативних умов інтерпретує повідомлення адресанта. Адресат – це не пасивний споживач інформації, а активна особистість, від якої значною мірою залежить успіх спілкування [1, с. 106], у форматі політичного інтерв'ю це журналіст.

Адресат як учасник медіаполітичного дискурсу характеризується низкою особливостей: соціальною роллю, віком, психологічним станом, гендерною приналежністю, когнітивними здібностями, особливостями сприйняття мовлення, життєвими цінностями та іншим. У зв'язку з цим розрізняють декілька типологій адресатів: 1) за характером адресованості – прямі (емпіричні читачі або слухачі), непрямі (мають доступ до інформації, але не є актантами ситуації) та адресати-ретранслятори (передають і тлумачать повідомлення); 2) за соціально-типологічними значеннями – національні та позанаціональні. Кожна з цих груп формується за властивими конкретній культурі ознаками, тезаурусним комплексом та психічними особливостями; 3) за професійною орієнтацією – професіонали та непрофесіонали. Професіонали взаємодіють з адресантами за принципом паритету, що не є показовим для непрофесіоналів, які залежать від адресантів-професіоналів та ретрансляторів; 4) за ступенем обізнаності – епіфани (обізнані адресати) та профани (необізнані адресати); 5) за співвіднесеністю з реальним та ірреальним світом – реальні і текстові (образ читача).

Залученими до інформації можуть бути представники однієї або різних груп. Адресати можуть належати до груп союзників або опонентів, зацікавлених чи незацікавлених, пересічних чи непересічних комунікантів [3; 191-192].

Полонський А. В. оперує терміном «категоріальний адресат», який, на його думку, реалізується у трьох основних типах: об'єкт-адресаті, суб'єкт-адресаті та його модифікації – інтенціональному адресаті. Об'єкт-адресат – структурно-семантичний адресат, реципієнт, що сприймає та відчуває на собі дію, яка походить від адресанта; об'єкт діяльності, не наділений властивостями респондента (електорат, що не може брати участь у мовленнєвому акті у нашому випадку). Суб'єкт-адресат – прагмасемантичний адресат, що поєднує властивості реципієнта (здатність сприймати) та респондента (здатність реагувати та відповідати), представлений у структурі комунікативно-мовленнєвого акту як функціонально рівний мовцю суб'єкт мовлення, тобто як другий суб'єкт мовлення, що корелює з першим (журналіст у нашому випадку). Функціональним різновидом суб'єкт-адресата є інтенціональний адресат – прагмасемантичний «переадресат» (являє собою сутність, що потенційно містить у собі суб'єкт-адресата), який ще не реалізував притаманні йому властивості респондента [8; 63-64], у нашому дослідженні потенційний респондент, який отримує інформацію, дистанційовану в часі та просторі (через Internet у вигляді посткоментарів) – електорат (дистанційний респондент), який опосередковано бере участь у комунікативному процесі.

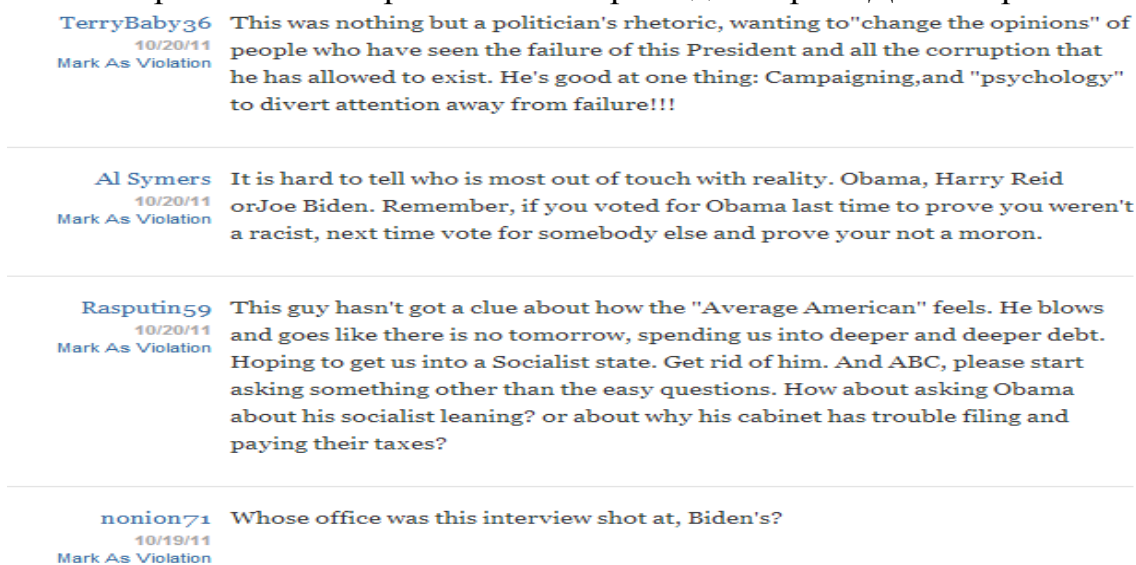
Воробйова О. П. розмежовує три типи адресата, серед яких фіктивний адресат (тобто художній образ, включений до сфери зображеної комунікації), гіпотетичний адресат (образ адресата в уявленні адресанта, на якого орієнтовано висловлювання, тобто посередник між автором та аудиторією) та реальний (емпіричний адресат), який безпосередньо є реципієнтом даного висловлювання [2, с. 139]. Запропонована таксономія типів адресатів також може бути екстрапольована на мовленнєві акти у форматі політінтерв'ю. Під фіктивним адресатом мається на увазі уявний адресат, бажаний, ідеальний електорат у баченні політдіяча, на відміну від реального адресату, що репрезентований реальним електоратом. А гіпотетичним адресатом виступає журналіст, на кого розраховані спічі політика, він є медіатором між політиком та виборцями.

У тексті політінтерв'ю періоду передвиборчої кампанії в першу чергу адресат репрезентований прямим адресатом – тобто конкретною особистістю, на яку спрямоване мовлення політдіяча (в нашому випадку інтерв'юєром), та адресатом-спостерігачем – збірним персонажем (електоратом). За словами Пішкової О. Ю., «збірний персонаж в залежності від характеру адресата є масовим чи колективним. Масовий адресат, тобто реципієнт ЗМІ / Internet, позбавлений можливості втручатися у мовлення адресанта. Колективний адресат має зв'язок з мовцем. Він може виразити свою реакцію мовцю вербально, подавши репліку з зали, чи невербально – посмішкою, сміхом, аплодисментами» [6, с. 8].

Отже, відповідно до вищеперелічених класифікацій, у тексті політінтерв'ю, репрезентованих на американських сайтах новин, наявні два адресати – інтерв'юер та електорат. Інтерв'юер є гіпотетичним суб'єкт-адресатом, а електорат – реальний емпіричний об'єкт-адресат, представлений американською національністю, який володіє виборчим правом та представлений як професіоналами (епіфанами), так і непрофесіоналами (профанами).

Адресат у тексті політінтерв'ю сайтів новин є масовим, він позбавлений права безпосередньо брати участь у комунікативному процесі, що відбувається між інтерв'юером та політичним діячем, але може висловити свою думку, залишивши свій коментар після тексту політінтерв'ю на сайті, де розміщений транскрипт цієї діалогічної взаємодії (див. Рис. 1):

Рис. 1. Фрагмент веб-сторінки з коментарями до інтерв'ю Дж. Тепера з Б. Обамою.



Коментар після тексту політінтерв'ю на різних сайтах новин, таким чином, стає колосальним сучасним джерелом репрезентації суб'єктивної думки електорату країни. Коментар виступає й одним з розповсюджених форм участі у політичному інтерв'ю, оскільки за допомогою нього можна не тільки висловити власну думку, а поспілкуватись та подискутувати з приводу тієї чи іншої проблематики (вже в якості адресанта по відношенню до політика). Також користувачі сайтів новин можуть порекомендувати у всесвітніх соціальних мережах те чи інше політінтерв'ю, додати закладку на цю новину або відправити на пошту за допомогою іконок (див. Рис. 2), і, таким чином, ці дії популяризують текст того чи іншого політінтерв'ю.

Рис. 2. Фрагмент початку інтерв'ю на веб-сторінці служби новин ABC.



Найбільш наочним для демонстрації фактору адресатності будь-якого мовленнєвого твору є його представлення на синтаксичному рівні, де адресат виражений окремою мовною синтаксичною формулою, що іменується у традиційному синтаксисі звертанням. Адресатність розглядається як наскрізна граматична (морфологічна) категорія, що має специфічні засоби вираження – лексико-граматичні розряди (адресатно-особові займенники, субстантивні та ад'єктивні вокативи, адресатні субститутиви), особливі граматичні показники (адресатно-особові дієслівні форми, форми наказового способу дієслова, кличний відмінок тощо) [8, с. 175].

Журналіст та респондент колегіально формують текст інтерв'ю, реалізують комунікативні наміри та прагматичні настанови відносно один одного та відносно реального адресата інтерв'ю. Роль журналіста у політінтерв'ю зводиться до ролі інтерв'юера, того, хто отримує інформацію, шляхом ставлення запитань та ролі медіатора, який є єдиною ланкою між політдіячем та електоратом, адресантом та адресатом.

Журналіст виступає обов'язковим та необхідним учасником як у тексті політінтерв'ю, так і у моделюванні власне структури тексту політичного інтерв'ю, особливістю якого є асиметрія. За твердженням Кошкарової Н. Н., «суть асиметрії як ключової характеристики комунікації при інтерв'ю полягає в тому, що інтерв'юеру належить починати та закінчувати інтерв'ю, вводити та продовжувати теми, ставити питання, основуючись на даних, які він має. Респонденту (політику) належить висловлюватися стосовно питань інтерв'юера та приймати його відгуки та коментарі. Зміна теми під час інтерв'ю може відбутися тільки зі згоди інтерв'юера» [5, с. 112]. М.В. Юріна відзначає, що «ознака асиметрії закріплює структуру діалогу в інтерв'ю. Інтерв'юер повинен реалізувати свою мету, оперуючи лише питальними формулюваннями, він

позбавлений простору для вираження власної думки, позиції. З іншої сторони, респонденту надаються максимальні можливості для вираження своєї точки зору, що призводить у деяких випадках до ситуації зміни теми, що знаходиться у компетенції журналіста» [9]. В такому випадку процесом інтерв'ю керує вже респондент (політик), а не інтерв'юер.

Соціальна та мовленнєва поведінка журналіста підпорядковується Хартії журналіста та Мюнхенській хартії, головним постулатом яких є об'єктивність журналіста у висвітленні подій. Херітидж Дж. зазначає, що «інтерв'юери мають бути безсторонніми, незацікавленими, об'єктивними та неупередженими у своїх бесідах із суспільними діячами. Вони повинні поважати факти та погляди, які повідомляються респондентами, та зробити цю інформацію всезагальним надбанням» [10, р. 57]. Коли відбувається порушення даних вимог, коментарі журналіста стають надто пристрасними та упередженими, то він, таким чином, провокує політдіяча на конфлікт. Як результат, спостерігається порушення асиметрії розподілу ролей учасників політичного інтерв'ю, виникає конфліктний діалог та дисгармонія. Саме асиметрія забезпечує баланс та гармонію у політичному інтерв'ю. Асиметрія у відсотковій кореляції об'єму даних мовленнєвого доробку політдіяча та інтерв'юера складає у середньому 62,4% та 37,6% відповідно (за результатами підрахунку загальної кількості слів у репліках актантів політичного інтерв'ю; проаналізовано 144 тексти політінтерв'ю).

На збереження чи порушення асиметрії розподілу ролей учасників політінтерв'ю, а відтак і процесу перебігу інтерв'ю (конфліктний – нейтральний) впливають головні цілі інтерв'юера – презентація особистості політдіяча або його дискредитація в очах електорату. Цим цілям підпорядковані дві комунікативно-мовленнєві стратегії журналіста – стратегія збереження нейтралітету та провокативна стратегія.

За словами Юріної М. В., «нейтралітет – у даному випадку поняття відносне, з огляду на те, що особливістю політичної комунікації є постійне намагання політика до здійснення самопрезентації. В рамках стратегії прийняття нейтралітету політик може здійснювати самопрезентацію непрямо – через висловлення своєї думки відносно проблеми, позначення своєї позиції, тобто позиціонування себе у політичному просторі. Під нейтралітетом необхідно, таким чином, розуміти фокусування уваги обох учасників на обговорюваній проблемі, абстрагування від особистості респондента-політика» [9, с.125]. Херітидж Дж. та Грейтбеч Д. пропонують низку способів дотримання нейтралітету: 1) інтерв'юери ставлять запитання, не роблять заяв та не виражають власної думки; 2) інтерв'юерам не можна (як в звичайній бесіді) виділяти окремі фрагменти інформації та оцінювати їх. Подібні дії вилучаються з мовлення інтерв'юера як ті, що виражають його симпатію чи відсутність такої відносно висловлених поглядів [11; 116-118]. Отже, відповідно до професійних вимог, інтерв'юер займає нейтральну позицію відносно представників різних (опозиційних) політичних сил та об'єктивно презентує отриману інформацію широкому загалу.

Стратегія збереження нейтралітету інтерв'юером забезпечується використанням низки таких запитань (відповідно до класифікації питань Колесніченко О. В. в залежності від їхньої функції [4; 56-58]), як:

1. Фактуальні питання – це питання про реальні події (*G. Stephanopoulos: “But, Congressman, where do you get that first win? [12]”*);

2. Оцінююче питання – це питання про ставлення співбесідника до когось або чогось (*W. Blitzer: “Do you think his campaign because of all the sexual harassment allegations, that stumble in Milwaukee, some of the other issues, is Herman Cain’s campaign imploding?” [15]*);

3. Інтроекційне питання – це питання про почуття співбесідника (*W. Blitzer: “I’ve known you for some time and I know you’re a tough woman. How did you feel when you heard Herman Cain describe you, he was asked to describe a flavor of ice cream he would use for you, “tutti-frutti”?” [15]*);

4. Проективне питання – це питання про можливу поведінку співбесідника в уявних ситуаціях (*C. Amanpour: “All right. Let’s talk about this huge debate going on in Washington and around the country about the debt ceiling. If you were a president, would you ask Congress to raise it now?” [13]*);

5. Гіпотетичне питання – це питання про можливі події та умови їхнього розвитку (*G. Stephanopoulos: “Do you think you can change Mitt Romney’s mind on any of these big issues? And will you endorse him if he gets the nomination?” [12]*);

Наступна низка нейтральних питань іменується керуючими, функція яких полягає у керуванні процесом діалогу та поділяється на:

1. Відкриваюче питання – з цього питання журналіст зазвичай починає інтерв'ю (*B. Montopoli: “Hi, This is Brian Montopoli, with CBS News, and I am here with GOP Presidential candidate Herman Cain. Thank you for being with us, sir” [17]*);

2. Перехідне питання – питання, які містять частину висловлювання співбесідника та нове питання (*R. Perry: “I don’t agree with that. My deal is have a flat, simple tax. And – Americans want – Americans I hope – aspire to be – be wealthy. I hope they aspire to have a better quality of life. And we have this class warfare that’s going on now. And I don’t agree with that. I’m interested in people getting to work. And folks who generally have money are the ones who invest money, that hire folks, so that those folks who get hired can work their way up to become someday owning the company” – J. Harwood: “And you mentioned class warfare. In 1996, when your advisor Steve Forbes was running on a flat tax, Mitt Romney said it was a tax cut for fat cats. If he says that about your plan, what are you going to say to him?” [16]*);

3. Фільтруюче питання – питання, що містять фрагмент відповіді та прохання про уточнення (*H. Cain: “Not very much because...” – G. Van Susteren: “What’s “not very much”?” [21]*);

4. Стверджуюче питання – це вигук (повтор попередньої репліки) та прохання розповідати далі (*A. Johnson: “Two too many” – A. Marr: “Two too many. You would say... So you want to go to a proper one member one vote leadership?” [14]*);

5. Когнітивне питання – питання, що передбачає осмислити та зрозуміти відповідь, яка тільки-но прозвучала (*H. Cain: “Call me crazy, but there are too many examples of where there has been pushback” – C. Amanpour: “You don’t really mean this, though, do you, Mr. Cain?”* [18]).

Юріна М.В. зазначає, що «типичним для стратегії прийняття нейтралітету є формулювання висловлювання інтерв’юера не у формі питання, а у формі тези, який респонденту-політику необхідно прокоментувати» [9, с. 128] (*C. Amanpour: “Some would say that – some would say that actually it’s because those policies and what you’re proposing, for instance, don’t meet their demands or what they’re looking for” – H. Cain: “And I say that the reason they don’t see them as meeting their demands of what they’re looking for is because they have not looked at them. My economic growth and jobs plan, as an example, is not partisan. It is a solution that benefits everybody, especially the African-American community”* [18]).

Провокативна стратегія полягає у використанні журналістом низки провокаційних запитань, які у термінах Колесніченко О. В. називаються поведінковими. Науковець зазначає, що дані питання слугують для маніпулювання співбесідником, провокування певних дій з його сторони. Мета журналіста у даному випадку – не отримати інформацію, а вивести співбесідника з рівноваги [4, с. 57], аби представити його потім реципієнту без «маски». Серед цих питань автор виокремлює:

1. Сугестивне питання – це питання ставить одну відповідь краще за інші. Респонденту пропонується або погодитися з якимсь твердженням, яке він не вважає правильним, або визнати свою неправоту, некомпетентність і т.п. (*C. Amanpour: “Well, just quickly to wrap up Governor Perry, do you like what you’ve seen so far? Is he the presumed front-runner for you?”* [20]);

2. Питання-пастка – це питання, відповідь на яке буде не на користь співбесідника (*B. Montopoli: “I need to ask you about something you said recently, which was that you would not want to sign a bill that was longer than three pages” – H. Cain: “Yes” – B. Montopoli: “Now, I looked at some bills. First of all, the fair tax, which you back, is 131 pages. The Patriot Act, Civil Right Act, bush Tax Cuts, all longer than 30 pages. Defense appropriations bills are always longer than – that three pages. How – how can you keep that promise?”* [17]);

3. Питання з натяком – істинна мета питання спочатку приховується. Спочатку повідомляється про загальновідомий факт, а вже потім, опираючись на цьому факті, інтерв’юер ставить питання, яке виставляє співбесідника у невігідному світлі (*C. Amanpour: “Let me move on to some things that you’ve said. Right after the debate in Florida, you told Wolf Blitzer of CNN that, basically, African-Americans, blacks in this country had been brainwashed over the years into supporting Democrats” – H. Cain: “Yes” – C. Amanpour: “I mean, isn’t that really an inflammatory thing to say? I mean, do you really believe that African-Americans, blacks, are so easily manipulated?” – N. Cain: “I also said in that same interview...” – C. Amanpour: “No, but let me ask about that. That word is very inflammatory”* [18]);

4. Підсилювальне питання – це питання повторює висловлювання співбесідника у більш жорсткішій, категоричній формі. Мета даного питання – змусити співбесідника спростувати тільки-но висловлену думку і таким чином представити його як людину, що не має твердої точки зору (*D. Gregory: “... You gave a speech on Friday in Georgia, and you said the following about the president: (Videotape – N. Gingrich: You want to be a country that creates food stamps, in which case frankly Obama’s is an enormous success. The most successful food stamp president in American history. Or do you want to be a country that creates paychecks?” End videotape) – D. Gregory: “First of all, you gave a speech in Georgia with language a lot of people think could be coded racially-tinged language, calling the president, the first black president, a food stamp president” – N. Gingrich: “Oh, come on, David” – D. Gregory: “What did you mean? What was the point?” [19]*);

5. Провокує питання щодо причин психологічного стану співбесідника, на кшталт: *“Why are you so nervous?”* – найсильніший спосіб вивести співбесідника зі стану рівноваги. В більшості з проаналізованих інтерв’ю даного типу питання не було виявлено, що свідчить все-таки про об’єктивність та неупередженість інтерв’юєрів, а не про бажання навмисно спровокувати скандал.

У ході проведеного аналізу, виявлено, що комунікативно-прагматичний простір політдіяча доповнюють адресати політінтерв’ю – журналіст та електорат, які є необхідними учасниками в моделюванні композиційної структури мовленнєвого акту політінтерв’ю. Інтерв’юєр, керуючись власними інтенціями, застосовує у своєму мовленні стратегію збереження нейтралітету та провокативну стратегію. Електорат виступає реальним адресатом політінтерв’ю. Таким чином, журналіст поєднує роль інтерв’юєра, суб’єкт-адресата та медіатора між політиком та масовою аудиторією.

Таким чином, фактор адресатності виступає невід’ємним компонентом категорії антропоцентричності у тексті політінтерв’ю, без якого висловлювання, що обумовлене інтенційним прагматичним спрямуванням, взагалі не може існувати. Незважаючи на вторинну позицію журналіста-адресата, виконуючи роль гіпотетичного адресата по відношенню до адресанта-політика, він спрямовує автора мовлення на вибір мовних засобів, спосіб подачі інформації та стиль поведінки. Посттекстові коментарі, в яких відображена суб’єктивна думка електорату (об’єкт-адресата), як перлокутивний ефект мовленнєвих актів політінтерв’ю, дають можливість тому чи іншому політдіячеві змінити або будувати далі свої стратегічні мовленнєві дії у передвиборчій кампанії, тим самим роблячи внесок у побудову цілісного прагматичного іміджу політичної особи і побудову політики суспільства.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Бацевич Ф. С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Воробйова О. П. Текстові категорії і фактор адресата : монографія / Воробйова О. П. – К. : Вища школа, 1993. – 171 с.

3. Єщенко Т. А. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. посіб. / Т. А. Єщенко. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 264 с. (Серія «Альма-матер»).
4. Колесниченко А. В. Прикладная журналистика : учебное пособие / Колесниченко А. В. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 180 с.
5. Кошкарлова Н. Н. Асимметричное распределение коммуникативных ролей в политическом интервью как фактор успешности / неуспешности коммуникации / Н. Н. Кошкарлова // Политическая лингвистика. – 2010. – № 4 (34). – С. 112–114.
6. Пишкова Е. Ю. Прагмалингвистическое диагностирование речевого поведения кандидатов в президенты США (на материале предвыборного дискурса) : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Е. Ю. Пишкова. – Ростов-на-Дону, 2007. – 23 с.
7. Плахотная Ю. И. Речевое воздействие в диалогическом дискурсе / Ю. И. Плахотная // Политическая лингвистика. – 2011. – № 4 (38). – С. 121–124.
8. Полонский А. В. Категориальная и функциональная сущность адресатности (на материале русского языка в сопоставлении с польским) : дисс. ... доктора филол. наук : 10.02.01, 10.02.03 / Полонский Андрей Васильевич. – Белгород, 1999. – 451 с.
9. Юрина М. В. Коммуникативные стратегии партнёров в политическом интервью (на материале современной прессы ФРГ) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Юрина Марина Валерьевна. – Самара, 2006. – 187 с.
10. Heritage J. Designing questions and settings agenda in the news interview / Heritage J. [In C. D. LeBaron & J. Mandelbaum (eds.) *Studies in Language and Social Interaction*]. – London : Lawrence Erlbaum. – 2003. – pp. 57–90.
11. Heritage J. On the institutional character of institutional talk: The case of news interviews / Heritage J. & Greatbatch D. [In D. Boden & D. H. Zimmerman (eds.), *Talk and Social structure*]. – Cambridge : Polity Press. – 1991. – pp. 95–129.
12. “This Week” Transcript : Ron Paul [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-ron-paul/story?id=15513161&page=3#.T3614tn0KnA>
13. This Week’ Transcript: Tim Pawlenty and Mitch Daniels [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://abcnews.go.com/ThisWeek/week-transcript-tim-pawlenty-mitch-daniels/story?id=13714378>.
14. Gary Johnson interview transcript [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://calvinayre.com/2011/07/19/poker/gary-johnson-interview-transcript/>
15. Interview with Presidential Candidate Michele Bachmann [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.realclearpolitics.com/articles/2011/11/17/interview_with_presidential_candidate_michele_bachmann_112123.html
16. CNBC Transcript: CNBC’s John Harwood with GOP Presidential Candidate Governor Rick Perry Today [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbcumv.com/mediavillage/networks/cnbc/pressreleases?pr=contents/press-release/2011/10/25/cnbc-transcript1319549882624.xml>

17. Herman Cain interview : Full transcript [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.cbsnews.com/8301-250_162-20070306.html#ixzz1lgXEaYа
18. This Week' Transcript: GOP Presidential Candidate Herman Cain [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://abcnews.go.com/ThisWeek/transcript-gop-presidential-candidate-herman-cain/story?id=14651160>
19. Transcript: Presidential Candidate Newt Gingrich Interviewed on NBC's Meet the Press – May 15, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.clipsandcomment.com/2011/05/15/transcript-presidential-candidate-newt-gingrich-interviewed-on-nbcs-meet-the-press-may-15-2011/>
20. This Week' Transcript: Sen. Jim DeMint. Sept.4, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-sen-jim-demint/story?id=14446776#.TrLOHnI_FpQ
21. Herman Cain Explains His Side of Past Sexual Harassment Allegations to 'On the Record' [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.foxnews.com/on-air/on-the-record/2011/11/01/herman-cain-explains-his-side-past-sexual-harassment-allegations-record?page=1>

Summary

The article deals with the category of addressness in the texts of political interview during election campaign (considering interactivity of the news websites). This category in the texts of political interview is represented by two addressees – interviewer and electorate. Interviewer acts as a hypothetic subject-addressee, electorate – as a real empiric object-addressee.

УДК 811. 111'374

СПОСОБИ ТЕРМІНОТВОРЕННЯ У АНГЛІЙСЬКІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ ГАЛУЗИ ВІНОРОБСТВА

Рогач Л.В.

ДВНЗ „Ужгородський національний університет”

Постановка проблеми та її визначення. Протягом тривалого часу терміни були предметом теоретичних та практичних наукових досліджень у працях вітчизняних та зарубіжних лінгвістів К. Я. Авербуха, Г. О. Винокура, Є. Вюстера, С. В. Гриньова, В. П. Даниленко, І. С. Квитко, Т. Р. Кияка, І. М. Кочан, В. М. Лейчика, Д. С. Лотте, Т. І. Панько, Дж. Сейгера, Л. О. Симоненко, А. В. Суперанської, С. Д. Шелова, Л. Хоффмана та ін. Їх праці базувались на різних