

слова, а также семантическую структуру каждого лексико-семантического варианта (семы) не изолированно, а во взаимосвязи с другими семантическими единицами внутри языковой системы и в конкретной речевой ситуации, объяснить семантические потенции слова и разнообразие его возможных семантических вариаций как при прямом, так и при переносном употреблении [5].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
2. Кузнецов С. А. Современный толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2001. 960 с.
3. Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж: ВГУ, 1985. 172 с.
4. Сусов И. П. Введение в теоретическое языкознание. Тверь: ТГУ, 1999. [http://homepages.tversu.ru/~susov/3\\_04.htm](http://homepages.tversu.ru/~susov/3_04.htm).
5. Попова З. Д., Стернин И. А. Лексическая система языка Воронеж: ВГУ, 1984. 148 с.
6. Арнольд И. В. Основы научных исследований в лексике. Л.: Высшая школа, 1991. 144 с.
7. Словарь современного английского языка: В 2-х т. М.: Русский язык, 1992. 1229 с.

*Светлана Жавфаровна УМАРКАНОВА — ассистент кафедры английской филологии факультета романо-германской филологии, аспирант заочного обучения кафедры английского языка*

УДК 331. 2

### **ТЕМАТИЧЕСКОЕ РАЗВЕРТЫВАНИЕ КАК СПОСОБ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ТЕКСТА ИНТЕРВЬЮ**

*АННОТАЦИЯ. Данная статья посвящена изучению структуры особого типа диалогического дискурса—интервью. Одним из аспектов, влияющих на его структурированность, является тематическая связность, которая выражена с помощью тематического разворачивания интервью.*

*The article is devoted to the studies of the special type of the dialogical discourse—the interview. One of the aspects that can influence the interview structure is its theme coherence expressed by the special thematic groups.*

В последнее время в нашей жизни в связи с развитием научно-технического прогресса все больше возрастает роль средств массовой информации. Теперь это не только ставшие уже традиционными СМИ, такие как радио, телевидение, печатные издания (газеты, журналы, книги), но и видеотексты, телетексты. Таким образом, медиатексты занимают особое место в нашей жизни, и на современном этапе развития лингвистики актуальным становится выявление структурной организации, композиционного построения некоторых текстов СМИ.

Текст представлен двумя базовыми составляющими коммуникации, а именно монологом и диалогом. С точки зрения Н. Д. Арутюновой, правильнее говорить не о диалогических текстах, а о диалогических дискурсах [1]. Существует огромное количество интерпретаций данного понятия, которое более развито в зарубежной лингвистике. Однако в каком бы виде не был представлен текст, он всегда включает в себя два участника: отправителя и получателя. Особенно наглядно демонстрируют

адресатную направленность тексты массовой коммуникации, одним из которых является интервью.

Интервью — особый тип диалогического дискурса, имеющий определенную прагматическую установку, обладающий определенной структурой, которая выражается в его тематической целостности, состоящий из своеобразных смонтированных насчитывающих от 2 до 20 и более блоков «вопрос-ответ» (диалогических единств), направленный на интеллектуальное и эмоциональное воздействие на читателя (письменные тексты) или слушающего (устные тексты) и имеющий следующую композиционную структуру: заголовок (характерен для письменных текстов), вступление или предтекстовая аннотация (сопровождаемая иллюстрациями), очерчивающая и знакомящая потенциальных читателей (слушающих) с кругом поднимаемых проблем, основная часть интервью и концовка, в которой подводится итог речевому взаимодействию [2: 3].

Выдвинутое нами предположение заключается в том, что тексты интервью, являясь по сути устными, представлены особым типом диалогического дискурса и обладают определенной структурой, параметрами. Лингвистические параметры зависят, прежде всего, от принадлежности интервью к тому или иному типу, соответственно они имеют свои особенности на лексическом, синтаксическом уровнях языка. Во-вторых, эти параметры определяются личностью интервьюируемого, его диалогическими интенциями, влияющими на структуру диалога, его способами управления дискурсом, его умением использовать определенные тактики на различных этапах интервью.

Были рассмотрены несколько типов интервью: интервью вопросно-ответного типа, комплексно-тематического типа и интервью-обсуждение, по характеру интервьюируемого — интервью-мнение, интервью-информация, интервью-эмоция и интервью-социологический опрос. Наиболее распространенными являются два типа: портретное интервью и проблемное интервью [4].

Интервью принадлежит к диалогической группе жанров. Лингвисты, работающие над теорией диалога, — Л. В. Щерба, Л. П. Якубинский, Е. Д. Поливанов, В. В. Виноградов, М. М. Бахтин, В. Д. Девкин, И. Г. Сибирякова, И. Н. Борисова, выделяют субъективные и объективные факторы, влияющие на протекание диалога [5]. Большое внимание уделяется дополнительным средствам передачи информации: жестам, телодвижениям, мимике (экстралингвистические факторы, влияющие на протекание диалога) и синтаксису диалога, а именно наличию эллиптических предложений, простоте синтаксического построения, употреблению модальных слов, повторам.

При рассмотрении современных концепций диалоговедения, были сформулированы следующие теоретические посылки. Любое диалогическое единство, состоящее из реплики-стимула и реплики-реакции, имеет модальный компонент, который проявляется в нескольких типах модальных реакций. Эти реплики используются не только для определения стратегии диалоговедения, но и для выражения связности в диалоге.

И. Г. Сибирякова, рассматривая разговорный дискурс с позиции наличия в нем единого коммуникативного замысла, выделяет участки, на протяжении которых некоторая частная предметная тема остается неизменной. Такие участки разговорного диалога И. Г. Сибирякова назвала тематическими фрагментами диалога. Тематический фрагмент представляет собой отрезок речевого ряда, имеющий общий затекстовый денотат и, как следствие, связанный лексико-семантическим единством [6: 119].

Большую роль в тематическом развертывании разговорного диалога играет начало тематического фрагмента — в начале каждого есть фраза, с помощью которой задается его предметная тема — инициально-тематическая. Тематический фрагмент не обязательно начинается именно с этой фразы, но инициальная фраза — первая или одна из первых в фрагменте, содержит явственное конкретно-текстовое представление предметной темы ряда последующих реплик.

С точки зрения структурных и смысловых отношений между тематическими фрагментами в диалоге различаются два их типа: самостоятельные и включенные. Включенный тематический фрагмент разрывает самостоятельный, а затем развитие предметной темы включающего тематического фрагмента продолжается. Включения, в отличие от других тематических фрагментов, не содержат развития своей предметной темы, она лишь называется, обозначается. По способу смысловой связи с предметным содержанием всего разговорного диалога включения делятся на три типа. Первый тип включения — ситуативные включения, не имеющие предметно-понятийной связи с другими фрагментами. Их появление случайно, оно объясняется лишь несконцентрированностью внимания говорящего.

Включения второго типа — дистантные включения. У этих включений прослеживается смысловая связь с одним из самостоятельных фрагментов разговорного диалога.

Третий тип включенных тематических фрагментов — конкретизирующие тематические включения, особенность которых в том, что их предметные темы имеют вспомогательный характер по отношению к предметным темам включающих тематических фрагментов (отношения, напоминающие «тема — подтема») [6:125]. Они больше по объему, чем другие виды включений. Таким образом, самостоятельные ТФ, не имеющие включений, названы И. Г. Сибиряковой простыми ТФ. Тематические фрагменты, внутри которых выделяются ситуативные и дистантные тематические включения, называются структурно осложненными ТФ; фрагменты, в которых выделяются конкретизирующие тематические включения — семантически осложненными.

Одной из обязанностей интервьюера является подготовка темы беседы, так как именно интервьюер направляет ход беседы по тому или иному руслу. При тематическом анализе текстов интервью было замечено, что тексты интервью состоят из нескольких тем. На основе теории И. Г. Сибиряковой и Н. Д. Павловой [7] нами были выделены следующие темы:

1. **Гипертема** или сквозная тема всего текста. Особенность данной темы заключается в том, что чаще всего (но не всегда) она перекликалась, либо была уже задана в заголовке интервью, тем самым определяется структурированность текста, начиная с самого начала. В портретных интервью развлекательного типа в заголовке присутствует имя, фамилия интервьюируемого, либо название группы (когда речь идет о поп-группе): *Murphy's Laughs*; *De Niro: Man of Few Words*; *Hit Woman Pfeiffer*; *Cybill Takes Her Chances*; *Johnny Dep*. В интервью портретного типа в заголовках также были замечены упоминание имени, фамилии интервьюируемого плюс цитата из самого текста либо наиболее интересный с точки зрения интервьюера фрагмент из текста в виде цитаты, не всегда, однако, дающий возможность определить тему предстоящего разговора: Профессия строителя всегда в почете; Виктор Степанов: «Нужен референдум, чтобы на полную мощь заработал, наконец, Союз Беларуси и России»; *The Fourth Great Awakening*; *Outgrowing Myth*.

2. Второй блок включает в себя конкретно темы интервью. Было выделено несколько типов тематических блоков. В первую очередь это самостоятельные тематические фрагменты. С нашей точки зрения, самостоятельные фрагменты — это фрагменты, не связанные с ответом интервьюируемого («слово за слово»), но развивающие свою тему, которая находится во взаимодействии с гипертемой, тем самым мы можем предположить, что реплика-стимул в самостоятельных фрагментах была подготовлена заранее:

— You had proposals to do something outside?

— Yes, I had a proposal in the United States to make television and cinema there, but the truth is that I do not have the desire to go out of the country.

— Why, do you think the public loves you?

— It would be necessary to ask it from the people. But I suppose that it is because I am a sincere woman who plays for the reasons that she wants [VR:2].

Мы видим, что последнее диалогическое единство представляет собой самостоятельный тематический фрагмент, так как он не является продолжением предыдущей темы и не связан с другими тематическими фрагментами.

Второй тип тематического фрагмента, **сложный**, включает в себя тематический фрагмент, задающий тему, плюс подтема. Данная подтема выливается из ответа интервьюируемого, так как следующий вопрос интервьюера оказывается неподготовленным и возникает под влиянием ситуации. Данный тематический фрагмент может содержать несколько подтем, тем самым, оказываясь трех-, четырех- и более уровневым. Следует отметить, что подтемы также бывают различных подтипов. Наиболее часто, особенно в интервью портретного типа, встречаются подтемы, где интервьюер подводит итог всему сказанному, и интервьюируемый, подтверждая или наоборот, опровергая, дает еще более развернутый ответ (подтип ТФ вывод). Например:

— То есть сложно оценить людей, работающих в компании, отлаженные технологии и так далее?

— Абсолютно. Хотим мы того или нет, мы все равно опираемся на рейтинговые оценки, но нормальных рейтингов нет... [Д: 8].

— Можно сказать, например, что при решении каких-то вопросов, касающихся дилеров, завод с ними советуется?

— Не советуется, а предлагает свои варианты и выслушивает мнения дилеров на этот счет [Д:8].

Следующий подтип тематического фрагмента, в функцию которого не входит передача какой-либо информации (так как он не является носителем какой-либо темы), — это подтип ТФ поддержки. О его функции мы уже говорили выше, в репликах-подхватах, выражающих сочувствие, поддержку, согласие с мнением, восхищение, другими словами, для выражения своего мнения:

— You're a British resident now. Do you miss Russia at all?

— I go there very often. Lately I have been recording there, with Delos and [conductor] Constantine Orbelian.

— **The new recording [Passionate di Napoli] is terrific** [ON: 96].

Еще один подтип — подтип ТФ детализации, цель его более детально рассмотреть тему, углубиться, выяснить более подробную информацию. Например:

— When did you first encounter Crusoe?

— The Crusoe fable, as presented by Defoe, is a thing every Caribbean child knew, and maybe still knows—the idea of Friday's footprint in the sand and then the relationship with Friday, Crusoe's servant and companion. We all learned that very early, from childhood.

— **Why is Crusoe such a fascinating character for you?** (детализация)

— Because the legend of Crusoe is set in the Caribbean. It is supposed to have taken place in Tobago [Hum:50].

Следующий подтип — это подтип ТФ несогласия. Когда интервьюируемый недоволен, неудовлетворен ответом интервьюируемого, не согласен с ним, и он просит дать более развернутый ответ, обосновав свое мнение. Например:

— Насколько завод координирует свои действия по изменению сбытовой политики и дилерской сети с самими дилерами?

— Обо всех потенциальных изменениях дилеры предупреждаются заранее. У них есть возможность обсудить нюансы, подготовиться к выполнению новых требований...

— **Это не совсем то, что подходит под определение «координация». Все-таки насколько дилеры могут влиять на решение завода?** [Д:8].

Еще один подтип — это подтип ТФ предположение, когда интервьюер предлагает возможную, гипотетическую ситуацию. Например:

— ...Это же хозяйственный договор.

— А если завод не выполняет?

— Завод не выполняет конкретно перед кем-то или перед всеми? Есть разница. Но каждый дилер преследует свои узкие интересы [Д: 9].

Следующий подтип, который был выделен при анализе текстов интервью — это подтип ТФ непонимания, когда интервьюер не понимает сказанного интервьюируемым и просит его разъяснить:

— Какие качества должны быть у женщины, которая рядом с тобой?

— Лиза — идеал. И у нее спина чешется.

— Что простите?

— У нее крылья растут [Cosmo:122].

И последний подтип — подтип ТФ просьбы, когда интервьюер либо просит рассказать о чем-либо, либо совершить какое-либо действие:

— ...Одна из них моя жена—Лариса.

— Расскажите о ней [ЗР:162].

Третий тип тематического фрагмента, который располагается в конце текста интервью, тематический фрагмент прощания, цель которого выразить благодарность за беседу:

— I'm forever grateful to you for taking the time to speak with me and to share your thoughts in this way.

— Thank you very much [Hum:53].

Однако следует отметить, что в большинстве текстов интервью данный тематический фрагмент отсутствует.

Четвертый тип тематического фрагмента — ситуативный (термин И. Г. Сибиряковой). Особенность его заключается в том, что он не связан ни с гипертемой, ни с темой, ни с подтемой. Возникает он чаще в речи интервьюируемого, т. е. в реплике-реакции под действием внешней ситуации и является реакцией интервьюируемого на эту ситуацию. Данный тематический фрагмент используется интервьюером как особая тактика, чтобы показать естественность протекания беседы. Указывает на устность диалога. Однако данный тематический фрагмент был выделен в текстах развлекательного характера. Например: [A bird lands at his feet and stares at him as if for food — ремарка журналиста — Sorry, I don't have any food][US:13].

Мы приведем фрагмент анализа одного текста интервью на русском языке с директором международной ассоциации дилеров А. Мироновым [Д:7-9].

1ДЕ — На основании чего выстраиваются сегодня взаимоотношения дилеров с ВАЗом?

— С АВТОВАЗом на сегодня сотрудничают 53 официальных дистрибьютора в регионах России и 141 прямой дилер, каждый из которых имеет собственную дилерскую сеть...Официально отношения завода и дилеров построены на основании дистрибьюторско-дилерского соглашения, в котором описываются нюансы...У завода нет проблем с количеством дилеров — идет борьба за их качество. Выполнить эти условия могут только те фирмы, которые смогли занять на рынке прочное положение.

2ДЕ — Что вы понимаете под прочным положением? Какие объемы, обороты?

— Сейчас поставлено условие—объем не меньше 260 машин в месяц...в планах завода на ближайшие несколько лет — оставить около ста предприятий-дилеров...

3ДЕ — Насколько завод координирует свои действия по изменению сбытовой политики и дилерской сети с самими дилерами?

— Обо всех потенциальных изменениях дилеры предупреждаются заранее...В рамках Ассоциации регулярно проходят встречи ведущих дилеров с менеджерами завода.

4ДЕ — Это не совсем то, что подходит под определение «координация». Все-таки насколько дилеры могут влиять на решение завода? Можно сказать, например, что при решении каких-то вопросов, касающихся дилеров, завод с ними советуется?

- Не советуется, а предлагает свои варианты и выслушивает мнения дилеров на этот счет...
- 5ДЕ** — Как в таком случае отличить демпинг от нормального рыночного снижения цены?
- Существуют расчетные базовые цены АВТОВАЗа, которые модифицируются дилером в зависимости от ситуации на рынке. А демпинг подразумевает резкое, заметно осязаемое снижение цены одним дилером, которое влечет за собой аналогичные действия от других участников рынка.
- 6ДЕ** — Не все дилеры считают, что они работают в равных условиях. Насколько подробно в дилерском соглашении прописаны все параметры работы, поставок?
- Дилерское соглашение — это правила игры...
- 7ДЕ** — Насколько дилерская политика долгосрочна? Могут ли дилеры быть уверены в том, что она не изменится через пол-года-год?
- АВТОВАЗ внедряет сейчас мировые стандарты взаимоотношений автопроизводителя со своими дилерами. Так — по единым условиям, с четким определением обязанностей обеих сторон — уже давно работают за рубежом, поэтому менять что-то в ближайшее время завод не собирается... В каждом регионе России автомобильный рынок имеет определенную емкость...
- 8ДЕ** — Уход в регионы — это основная возможность развития для дилеров?
- Регионы дают возможность дальнейшего развития. Рынок в Тольятти переполнен, а в регионах такого нет...
- 9ДЕ** — Что потребуется от дилеров? Дополнительные средства, структурные и организационные изменения?
- Если ты заранее определился, где будешь работать, — а география продаж фиксируется в дилерском соглашении, — это просто будет более четко прописано. В регионах есть дистрибьюторы, которые работают на рынке, но не всегда региональные рынки охвачены ими полностью, и остается место «серым» дилерам...
- 10ДЕ** — А как они будут делить регионы? Ведь одно дело — депрессивное Черноземье и совсем другое — богатый Урал.
- Какие-то связи с регионами у них уже сейчас установлены... Мы предлагаем сейчас дилерам: присматривайтесь, налаживайте связи. Совместным решением будут предлагаться и закрепляться определенные варианты альянсов: дистрибьютор с одной стороны, и дилеры с налаженными связями с другой. Это нормальная цивилизованная политика.
- 11ДЕ** — Насколько при этом заводом будет контролироваться ценообразование, ассортимент на региональных рынках?
- И ассортимент, и ценообразование будет контролироваться рынком в каждом конкретном регионе... Что касается ценовой политики — это вопрос управления по маркетингу АВТОВАЗа, которое в начале каждого года информирует дилеров о плановых повышениях цен...
- 12ДЕ** — Что в основном позволяет выигрывать в конкурентной борьбе дилерам?
- Время, когда конкуренция шла за счет цены, уходит в прошлое. Сейчас покупателя привлекают объемом предлагаемых услуг...
- 13ДЕ** — А связи с заводом?
- Если я выполню все, что прописано в дилерском соглашении, чем я могу быть недоволен заводу? А что касается позаказной сборки — да, дилеры бывают недовольны. Те, кто находят какой-то компромисс, — живут на этом рынке...
- 14ДЕ** — А если завод не выполняет?
- Завод не выполняет перед кем-то или перед всеми? Есть разница. Но каждый дилер преследует свои узкие цели...
- 15ДЕ** — Насколько обсуждаемы с руководством завода те проблемы, которые вы выявляете?
- Практически каждый месяц руководители комитетов Ассоциаций встречаются с Владимиром Кучаем, и на этих встречах обсуждаются и проблемы, и

возможности их решения. Раз в два месяца собираются представители регионов и обсуждают тенденции, складывающиеся по России и СНГ...

**16ДЕ** — Какие сейчас основные проблемные тенденции, которые вы видите?

— Сейчас мы сосредотачиваемся на том, чтобы больше внимания уделять формированию информационного поля...

**17ДЕ** — Насколько завод идет навстречу в ситуациях, которые касаются качества машин?

— Проблем много, претензии были, есть и будут... Но и завод, и дилер предпринимают конкретные шаги для того, чтобы уменьшить число конфликтных ситуаций: дилер просто должен сделать предпродажную подготовку в полном объеме, как она зафиксирована в дилерском соглашении, а тюнинг должен быть сертифицирован.

**18ДЕ** — А претензии дилеров к качеству на этапе предпродажной подготовки?

— Существуют, конечно... Но мы отвечаем за общие для всех тенденции, а не за отдельные недостатки...

**19ДЕ** — Владимир Кучай—председатель совета ассоциаций. Насколько независимо вы можете отстаивать интересы дилеров?

— Кучай—председатель совета, но в совет входят руководители еще двадцати отдельных юридических лиц. И присутствие Кучая здесь, скорее, помогает— пока завод связан с дилером соглашением, могут решаться соответственно только вопросы по договору...

Гипертемой всего текста является система дилерской сети.

Первое и второе диалогические единства представляют сложный тематический фрагмент, так как первое диалогическое единство задает тему (речь идет о сегодняшнем взаимоотношении дилеров с ВАЗом). Второе диалогическое единство является подтемой первого (речь идет о положении дилерских предприятий на рынке).

Третье и четвертое диалогические единства представляют сложный тематический фрагмент, где третье диалогическое единство задает тему (координация действий по сбытовой политике между заводом и самими дилерами). Четвертое диалогическое единство является подтемой третьего, причем следует отметить, что интервьюер не совсем удовлетворен ответом, и даже не согласен (это не совсем то, что подходит под определение «координация») и просит дать более развернутый ответ (...все-таки насколько дилеры могут влиять на решение завода?), ТФ несогласия.

Пятое и шестое диалогические единства — это сложный ТФ (тема — отличие демпинга от рыночных цен, отсрочки платежей) и соответственно подтема (дилерское соглашение).

Седьмое, восьмое и девятое диалогические единства — сложный ТФ. Седьмое диалогическое единство задает новую тему, связанную естественно с гипертемой (долгосрочность дилерской политики). Из данного тематического фрагмента вытекает подтема — уход в регионы как основная возможность развития для дилеров и что потребуется от дилеров в этом случае.

Десятое диалогическое единство — дистантный тематический фрагмент, так как интервьюер вновь обращается к теме регионов, тем самым прослеживается связь с восьмым диалогическим единством.

Одиннадцатое диалогическое единство — самостоятельный ТФ, речь идет о контроле ценообразования на региональных рынках.

Двенадцатое, тринадцатое и четырнадцатое диалогические единства — сложный ТФ, где двенадцатое диалогическое единство, задающий тему ТФ (конкурентная борьба) и две подтемы. Первая подтема носит детализирующий характер (связь дилеров с заводами, помогает ли это в конкурентной борьбе), а вторая подтема носит характер предположения, где интервьюер делает предположение, что произойдет при отсутствии какого-либо фактора (— А если завод не выполняет?), поэтому ее можно отнести к ТФ предположению.

Пятнадцатое и шестнадцатое диалогические единства относятся к сложному ТФ, где подтема носит детализирующий характер и соответственно относится к ТФ детализирующему (обсуждение проблем с руководством — тема, проблемные тенденции сейчас — подтема).

Семнадцатое и восемнадцатое диалогические единства также составляют сложный ТФ, с детализирующей подтемой (качество машин — тема, претензии дилеров к качеству на этапе предпродажной подготовки — подтема).

Девятнадцатое диалогическое единство — самостоятельный тематический фрагмент (речь идет о В. Кучае — председателе совета ассоциации и его влияние на дилеров).

Таким образом, принимая во внимания исследование тематического развертывания текстов интервью, можно сделать следующий вывод:

Для текстов интервью, как на русском, так и на английском языке, характерна политематичность, где присутствует одна гипертема, которая подразделяется на несколько тем и вытекающих из них подтем. В данном тексте были выделены самостоятельные тематические фрагменты, сложные тематические фрагменты, включающие следующие подтипы: — ТФ детализации (наиболее распространенный), ТФ несогласия и ТФ предположения, а также дистантный тематический фрагмент. В данном типе текста не были отмечены ситуативные ТФ и тематический фрагмент прощания. Схематически данный текст интервью можно представить следующим образом:

#### СХЕМА тематического развертывания ИНТЕРВЬЮ

Сложный ТФ	1 Д.Е. — ТЕМА 1 «взаимоотношение дилеров с ВАЗом»
	2 Д.Е. — подТЕМА 1(1) «положение на рынке»
Сложный ТФ	3 Д.Е. — ТЕМА 2 «координация действий»
	4 Д.Е. — подТЕМА 2(1) «координация действий»
Сложный ТФ	5 Д.Е. — ТЕМА 3 «платежи»
	6 Д.Е. — подТЕМА 3(1) «дилерское соглашение»
Сложный ТФ	7 Д.Е. — ТЕМА 4 «долгосрочность дилерской политики»
	8 Д.Е. — подТЕМА 4(1) «уход в регионы»
	9 Д.Е. — подТЕМА 4(2) «обязанности дилеров»
Дистантный ТФ	10 Д.Е. — подТЕМА 4(1) «типы регионов»
Самостоятельный ТФ	11 Д.Е. — ТЕМА 5 «контроль цен, ассортимента»
Сложный ТФ	12 Д.Е. — ТЕМА 6 «конкуренция»
	13 Д.Е. — подТЕМА 6(1) «связь с заводом»
	14 Д.Е. — подТЕМА 6(2) «невыполнение условия заводом»
Сложный ТФ	15 Д.Е. — ТЕМА 7 «обсуждение проблем»
	16 Д.Е. — подТЕМА 7(1) «проблемные тенденции»
Сложный ТФ	17 Д.Е. — ТЕМА 8 «качество машин»
	18 Д.Е. — подТЕМА 8(1) «претензии дилеров к качеству»
Самостоятельный ТФ	19 Д.Е. — ТЕМА 9 «влияние В.Кучая»

Таким образом, композиция и структурирование текстов интервью на английском и русском языках не различаются. Отличия можно обнаружить на лексическом, синтаксическом, фразеологическом уровнях.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. Тверь: ТГУ, 1998. 200 с.

2. Вакуров В. Н., Кохтев И. Н., Солганик Т. Я. Стилистика газетных жанров. М.: Высш. шк., 1978. 183 с.
3. Лукашина Е. П. Корневой словообразовательный повтор как средство внутритекстовой связи (на мат-ле интервью правоохранительной тематики): Дисс. ...канд. филол. наук. М., 2000. 297с.
4. Барманкулов М. В. Жанры печати, радиовещания и телевидения. Алма-Ата: Изд-во Казахского гос. ун-та, 1974. 127 с.
5. Девкин В. Д. Диалог. Немецкая разговорная речь в сопоставлении с русской. М.: Наука, 1981. 160 с.
6. Сибирякова И. Г. Стандарты тематического развертывания в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. Екатеринбург: «Арго», 1996. С. 115-135.
7. Павлова Н. Д. Диалог и его интенциональная организация // Слово в действии. Ин-тент анализ политического дискурса. СПб.: Алетейя, 2000. С. 147-262.

**Тексты интервью были извлечены из изданий**

1. Здоровый пессимизм страховщиков // Дело. 2002. №21. С. 7-9.
2. Ваше место займет другой // Дело. 2002. № 18. С. 7-9.
3. Russian Prince // Opera News. 2002. March. P. 16-21,96.
4. Боровик О. Марат Башаров. Курс на «Формулу-1» // Cosmopolitan. 2001. Сентябрь. С. 121-123.
5. Джентльмен из коммуналки // За рулем. 2002. № 8. С. 162.
6. A of voices // Humanities. 2001. November/December. P. 4-7,50-53.
7. Johnny Depp // US. 1994. February. P. 10-17.
8. Natalia // Video Review. 1989. March. P. 8-12.

**Список принятых сокращений**

СМИ— средства массовой информации  
 ТФ— тематический фрагмент  
 ДЕ— диалогическое единство

**Список сокращений практической части**

Дело — Д  
 Opera News — ON  
 Cosmopolitan — Cosmo  
 За рулем — ЗР  
 Humanities — Hum  
 Video Review — VR

*Дарья Евгеньевна ЭРТНЕР —  
 аспирантка кафедры английского языка  
 факультета романо-германской  
 филологии*

УДК 802. 0-73

**УНИВЕРСАЛЬНЫЕ И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ  
 АСПЕКТЫ МЕТАФОРИЗАЦИИ  
 В ПОЭЗИИ РОБЕРТА БЕРНСА**

*АННОТАЦИЯ. Статья посвящена актуальным проблемам метафорического моделирования в художественном тексте, а также установлению тех значений, которые метафорические преобразования приобретают в поэзии Р. Бернса. Метафорические концепты рассматриваются с точки зрения когнитивной теории метафоры как компонент смысловой структуры поэтического текста.*