

Прокопенко А. В.,
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри германської філології
Сумського державного університету

Шуменко О. А.,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри германської філології
Сумського державного університету

СТАТУС НЕКОНФЛІКТНОЇ СТРАТЕГІЇ В ПОЛІТИЧНОМУ ІНТЕРВ'Ю (НА МАТЕРІАЛІ АМЕРИКАНСЬКОГО МЕДІАПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ)

Анотація. У статті з'ясовано статус неконфліктної стратегії в політичному інтерв'ю, що функціонує в межах американського медіаполітичного дискурсу. Проаналізовано низку комунікативно-мовленнєвих тактик, за допомогою яких реалізується неконфліктна стратегія політичного діяча.

Ключові слова: політичне інтерв'ю, комунікативно-мовленнєва стратегія, неконфліктна стратегія, тактика, медіаполітичний дискурс.

Постановка проблеми. Мовлення як продукт мовленнєвої діяльності та процес має комунікативні та прагматичні ознаки. «Комунікативний аспект – належить до спілкування в цілому, прагматичний – пов'язаний з мовцем, її адресатом (в їхніх статусних та рольових відносинах), з ситуацією спілкування, вибором та контекстом вживання відповідних одиниць, з соціальними дозволами та заборонами на ті чи інші мовленнєві дії тощо» [1, с. 24]. Оскільки комунікативний процес передбачає мовленнєву діяльність, а прагматика має цілеспрямовану практичну діяльність, то комунікативно-прагматичний аспект дослідження текстів політичного інтерв'ю (далі – ПІ) спрямований на вивчення мовленнєвих репрезентацій мовної особистості – політдіяча (далі – ПД), його іміджу, комунікативної поведінки, стратегій та тактик інтерв'юера і респондента ПІ. Мовленнєвий вплив в медіаполітичному дискурсі здійснюється за допомогою комунікативно-мовленнєвих стратегій, сутність яких полягає в операції над знаннями адресата, над його цінностями, емоціями, волею.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками кількість публікацій, в яких висвітлюються питання функціонування та реалізації комунікативних та мовленнєвих стратегій і тактик у різних типах дискурсах, помітно збільшилась (В.М. Аміров, Г.П. Апалат, О.С. Іссерс, М.Р. Желтухіна, С.А. Колосов, П.О. Міронова, Н.Л. Ноблок, Г.Г. Почепцов, І.В. Самаріна, А.П. Чуриков, В.І. Шаховський, О.Й. Шейгал та інші дослідники).

Метою статті є з'ясування статусу неконфліктної стратегії в ПІ, що функціонує в межах американського медіаполітичного дискурсу. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: диференціювати поняття комунікативної та мовленнєвої стратегії; виокремити основні тактики, що виступають механізмом реалізації неконфліктної стратегії; розглянути мовленнєві засоби, що використовують американські ПД у своїх спічах.

Предметом розвідки є комунікативно-мовленнєві тактики, що формують неконфліктну стратегію, а її об'єктом – лінгвальне вираження комунікативно-мовленнєвих тактик.

Виклад основного матеріалу. Нині вченими-лінгвістами виокремлюються два суміжні види стратегій: комунікативні (С.А. Виноградов, С.А. Дацюк, В.Ю. Парашук, Г.Г. Почепцов, І.В. Самаріна, О.А. Семенюк, А.М. Станкевич-Шевченко та ін.) та мовленнєві (А.Р. Габідуліна, Т.А. Дейк, О.С. Іссерс, О.М. Малая та ін.). Під комунікативною стратегією розуміють «когнітивний процес, тобто глобальний рівень усвідомлення ситуації, в якому мовець співвідносить свою комунікативну мету з конкретним мовним вираженням» [2, с. 72]. Комунікативною стратегією інтерв'ю вважають «впорядковану спрямованість мовних ресурсів на виконання немовного завдання спілкування в мовленнєвій події» [3, с. 370], тобто когнітивний план спілкування, за допомогою якого реалізується комунікативне завдання [4]. Комунікативна стратегія визначається з позиції мети висловлювання, і в політичній комунікації під цим поняттям розуміють мотивовану послідовність мовленнєвих прийомів у боротьбі за владу [5, с. 215]. У загальному змісті, на думку О.С. Іссерс, мовленнєва стратегія включає в себе планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану [6, с. 54]. Таким чином, услід за В.С. Чернявською у нашій роботі ми використовуємо термін «комунікативно-мовленнєва стратегія» як інтегроване поняття, що трактується як «нерозривна єдність мовленнєвих, пізнавальних та комунікативних дій» [7, с. 46]. Стратегічні цілі реалізуються у вигляді цілої низки тактичних ходів, які також ми називаємо комунікативно-мовленнєвими тактиками. Тактика виступає окремим механізмом реалізації спільної стратегії у реальному процесі мовленнєвої взаємодії.

Стратегічні цілі політика можуть бути спрямовані на завоювання авторитета в очах масової аудиторії, на передачу їм певної інформації, на зміну їх світобачення та світосприйняття реципієнтів, на виконання певних дій, на переконання масової аудиторії у чомусь тощо.

ПД у своєму мовленні застосовує загальну персуазивну стратегію, інструментальним вираженням якої є мовленнєві маніпуляції, що спрямовані на зміну певної соціально-індивідуальної позиції. Загальну персуазивну стратегію поділяємо на конфліктні та неконфліктні стратегії. До неконфліктних стратегій відносимо тактику згоди (А.П. Чуриков), обіцяння,

самореклами (О.П. Гайкова), аргументативну (Т.М. Трет'якова), амальгамування (інтеграції) (О.В. Філінський) та героїзації (О.В. Філінський).

Як перелічені комунікативно-мовленнєві тактичні ходи реалізуються мовленнєвими засобами, продемонструємо нижче. Тактика згоди поділяється на нижченаведені прийоми, що використовує ПД для реалізації своєї позитивної реакції на висловлювання інтерв'юера.

1) Абсолютне підтвердження точки зору інтерв'юера (ПД повністю поділяє думку інтерв'юера, безсуперечно займає його позицію щодо будь-якого питання):

Інтерв'юер (A. Marr): As an American, never mind as president, there was something personal about it.

Політик (B. Obama): Well, there is [8].

2) Часткове підтвердження точки зору інтерв'юера (ПД підтверджує думку інтерв'юера, але вважає за необхідне внести деякі корективи, виправити чи уточнити спірні чи сумнівні моменти):

Інтерв'юер (A. Marr): So are you able to say to me that by this time next year, you will have got substantial numbers of people who are now on benefit back into work?

Політик (M. Huckabee): I believe that is the case. But this is going to take a long time to bring this whole change in because you are migrating people off a whole range of different benefits and tax credits that have become incredibly complicated onto one single universal credit system [9].

3) Повтор репліки інтерв'юера (ПД оперує словам інтерв'юера, тобто погоджується не тільки з його позицією стосовно цього питання, але і з його вибором лексичних одиниць для викладення цієї позиції):

Інтерв'юер (A. Marr): ...and although the phrase was kill or capture, realistically in a dark place with bullets flying around, he was always going to be killed, wasn't he?

Політик (B. Obama): Well the, as you said, the instruction was kill or capture [8].

4) Підхват репліки інтерв'юера (ПД втручається у міркування інтерв'юера, перебиває його та закінчує почате ним висловлювання):

Інтерв'юер (A. Marr): Looking for a new way ...

Політик (J. Stein): ...looking for new ways. It is a constant battle for us against the terrorists and we should be clear about that and so we are constantly looking at how we can ensure that we're improving our multi-layered approach... [10].

5) Констатація правоти інтерв'юера (ПД визначає правоту інтерв'юера стосовно розглянутого питання, погоджується з його думкою, поділяє його точку зору, додержується такої ж позиції та не заперечує правильність ставлення інтерв'юера до обговорюваної проблеми):

Інтерв'юер (A. Marr): It's a matter of timing and nuance.

Політик (M. Huckabee): Absolutely. But the key thing that George Osborne and Ken Clarke and I all discussed before the election was that the right stance was to deal with the deficit [9].

6) Припущення правоти інтерв'юера (ПД визнає судження інтерв'юера як можливе, але не єдине правильне, допускає існування точки зору інтерв'юера, але не виключає наявність іншої думки):

Інтерв'юер (A. Marr): One last point. It's reported that you're going to have a minimum price for alcohol, so that people can't have you know special one-off deals and so on; that there'll be a bottom level price for alcohol of all kinds. Again is this true?

Політик (R. Santorum): What's reported, accurately, is that we have said as a government - and it's in our coalition programme - that we are going to ban the below cost sales of alcohol because we do have to have a combination here... [11].

7) Інформування інтерв'юера (реакція згоди полягає у готовності ПД відповідати на поставлене спеціальне питання):

Інтерв'юер (A. Marr): Our Prime Minister, David Cameron, said recently that the problem was that Pakistan was looking both ways on terrorism. He got into a little bit of trouble for it, but he was right, wasn't he?

Політик (B. Obama): Well I think what Prime Minister Cameron understands, as I understand, is that Pakistan has been very obsessed with India [8].

8) Інтерпретація репліки інтерв'юера (ПД розглядає слова інтерв'юера як правильні та достовірні, але вважає за необхідне прокоментувати та доповнити репліку інтерв'юера власними роздумами стосовно питання, що розглядається):

Інтерв'юер (A. Marr): But given the quantity of freight travelling around the world, which hasn't gone through anything like the kind of security checks that anyone walking onto a plane would expect, this is presumably a massive economic issue as well as a security issue?

Політик (J. Stein): Well of course there are security issues here. We are looking and we will look at screening of freight. We'll be looking at the processes that we use. We'll be talking with the industry about these issues [10].

Під тактикою обіцяння розуміємо вживання ПД перформативних мовленнєвих актів (далі МА) – промісивів, в яких вони обіцяють щось здійснити або змінити у різноманітних сферах життя виборців.

Майже усі ПД активно залучаються до використання тактики обіцяння під час виборчої кампанії, оскільки вона є вельми дієвою для здійснення впливу на електорат та не викликає особливих заперечень, протестів та спростувань з боку політичних опонентів.

Інтерв'юер (J. Tapper): You've said that President Obama is out of ideas on the economy. What are your ideas?

Політик (J. Huntsman): The most important thing we can do to get this economy going today is, number one, Number two, Number three, Those are the three things that I would drop on the doorstep of congress the day that I'm elected president [12].

Тактика самореклами реалізується у таких мовленнєвих діях.

1) Пошук підтримки у виборців (апелювання або згадування ПД у їхніх промовах своїх потенційних виборців: вчителів, медичних працівників, фермерів, представників етнічних груп та інших):

Інтерв'юер (J. Tapper): Are you worried?

Політик (B. Obama): I'm not worried in the sense that I don't think we can solve these problems. The jobs plan that I put forward, we know that it will grow the economy by as much as 2 percent. We know that it could add as many as 1.9 million jobs. We can put teachers back in the classroom. We can put construction workers back on the job rebuilding our roads, bridges and schools. We know that would work [8].

2) Протиставлення себе опоненту (ПД порівнює себе зі своїм супротивником, показуючи себе в найбільш вигідному світлі):

Інтерв'юер (C. Amanpour): Well, let's get right to the heart of the matter. Medicare, you have said that if the Paul Ryan came across your desk as president, you would sign it.

Політик (T. Pawlenty): Now, as to Paul Ryan's plan, I'll have my own plan. It'll have some differences. For example, he didn't address social Security. I will, and we already are. As to Medicare, it will have some differences, but if the only choices were doing nothing like President Obama is doing and Paul Ryan's plan, I'd sign it [13].

3) Непрямий заклик проголосувати (ПД звертається до електорату та у прихованій формі закликає проголосувати):

Інтерв'юєр (C. Amanpour): Let's get back to Medicare. What would you do differently than what Paul Ryan has done? And what's wrong with this plan that's freaking people out, apparently?

Політик (T. Pawlenty): And we're going to give people lots of choices. If they want to stay in the current Medicare program or whatever comes next in that program, great, that's their choice. But we're also going to offer them a serious of other choices so they can pick what's best for them and their families, and then they'll have the opportunity to be in the driver's seat [13].

4) Приписування собі політичного досвіду (ПД говорить про свій професіоналізм, про великий політичний досвід):

Інтерв'юєр (C. Amanpour) Do you think that is going to haunt him on the campaign trail?

Політик (R. Paul): Well, I want to hear him explain his views on that. I've developed a lot of reform proposals myself [14].

Аргументативна тактика передбачає процес логічного доводу та переконання ПД думок та суджень електорату за допомогою аргументів, тобто статистичних та фактичних даних, риторичних засобів впливу тощо. До аргументативних маркерів в англomовному ПД належать:

– нейтральні пропозиціональні показники (*as is (generally) known, evident, obvious, clear, understandable*);

– маркери, що позначають початок слідування аргументів (*for example, for instance, just imagine*);

– мовні одиниці порядку слідування аргументів (*first of all, in the first place, firstly, secondly*);

– маркери, що вводять контраргументи (*from other side, in spite of, though, nevertheless, but, for all that*);

– показники фокусу одного з останніх аргументів (*besides, in addition, then, further*);

– маркери резюмування (*that's why, therefore, and (so), thereby, in short, to cut a long story short*).

Аргументативна тактика реалізується за допомогою таких мовленнєвих дій або типів аргументів.

1) Переконавання, метою якого є досягнення взаєморозуміння, що необхідне для спільної діяльності учасників політичного діалогу. Переконавання відбувається за допомогою інформування, яке вводиться предикатами, що позначають когнітивну діяльність людини (*see, observe, indicate, find, examine, know etc.*):

Інтерв'юєр (Mr. Gregory): Well, what did you mean?

Політик (Rep. Gingrich): Well, it's very simple. He has policies – and I used a very direct analogy. He follows the same destructive political model that destroyed the of Detroit. I follow the model that Rick Perry and others have used to create more jobs in Texas. You know, Texas two out of the last four years created more jobs than the other 49 states combined. I'm suggesting we know how to create jobs. Ronald Reagan did it. I was part of that. We know how to create jobs. We did it when I was speaker. And, and the way you create jobs is you have lower taxes, you have less regulation, you have litigation reform [15].

2) Обґрунтування, тобто введення фактичної аргументації, пояснення (для інтерпретації вже прийнятого повідомлення)

або підтвердження (повідомлення про джерело отримання інформації, але без додаткового комунікативного фокусу):

Інтерв'юєр (Mr. Gregory): In retrospect, would you have done something, given the controversy it's...

Політик (Rep. Gingrich): In – in retrospect, because of the controversy it has created and because of the different interpretations that it could have had, yes, that probably – that would have been appropriate. But at the moment, it was not the focus of the people up there on that stage, I can assure you [15].

3) Оцінка, що представлена МА ствердження, припущення, схвалення / несхвалення, а також висловлюваннями-коментарями, емоційно-оцінної властивості, а саме радості, розчарування, гніву, жалю. Аргумент оцінки стосується розставлення акцентів на аргументах, що висувуються, які вводяться предикатами знання та думки (*think, believe, seem, appear*):

Інтерв'юєр (Mr. Gregory): But not what Paul Ryan is suggesting, which is completely changing Medicare.

Політик (Rep. Gingrich): I, I think that, I think, I think that that is too big a jump. I think what you want to have is a system where people voluntarily migrate to better outcomes, better solutions, better options. [15].

4) Приклад, що наводиться як додатковий аргумент:

Інтерв'юєр (Mr. Gregory): Apparently they have done the math.

Політик (Rep. Gingrich): No, they have not, because I have done the math. Let me give you an actual example. If you take the median income of \$50,000 a year [15].

5) Посилання на адресата (протагоніста) або посилання на авторитетну особу:

Інтерв'юєр (J. Tapper): Some of the frustration that come out in this "Occupy Wall Street" protest, you have expressed sympathy with their position, with their feeling of powerlessness... I just wonder if you think that's effective to say, "it's those mean Republicans who are blocking me", when you've really gotten a lot done?

Політик (B. Obama): Well what we've gotten done... You asked earlier about "Occupy Wall Street" and what I've said is that I understand the frustrations that are being expressed in those protests [8].

6) Цитування – достовірне звернення до слів іншої особи з вказівкою на джерело:

Інтерв'юєр (Mr. Gregory): But would you entertain it? Would that be a no?

Політик (Rep. Gingrich): Nobody – as Reagan said in '76 when he was hoping Ford would not ask him, nobody could automatically say no to the president of the United States [15].

Тактика амальгамування («ми»-дискурс) або тактика інтеграції використовується як психологічний спосіб забезпечення контакту, єдності та солідарності з виборцями. Ця тактика реалізується такими лінгвальними одиницями.

1) Особові та присвійні займенники (*we, our*):

Інтерв'юєр (C. Amanpour): Let's talk about jobs, obviously. You talk about trying to find common ground, but at the moment, there doesn't seem to be much. Even the infrastructure can't get through Congress. Where can you see common ground?

Політик (R. Paul): Well, we've already seen some common ground. We passed the free trade agreements with Colombia, Panama, and South Korea. It's part of our plan, part of the president's plan. As a matter of fact, it's all part of our plan for American job-creators [14].

2) Лексеми-інтенсифікатори зі значенням сукупності (*together; unity*):

Інтерв'юєр (Mr. Gregory): Mr. Speaker, as you know, campaigns are about the future; and yet, you're doing something very interesting, you're asking the American people for a stunning second act in American politics. Why?

Політик (N. Gingrich): Well, We are at one of the great turning points in American history... And we spent almost a year talking about this, looking at it, thinking about it very deeply, and I really believe we have to have a campaign which brings together millions of people [15].

3) Етноніми, використання етнонімів сприяє виділенню групи-адресату за локальною ознакою:

Інтерв'юєр (C. Amanpour): You said that there is more room for revenues. What do you mean by that?

Політик (R. Paul): I believe that if we restructure our tax code where the – on the corporate side and the personal side, the target would be a top rate of 25 percent, it would make our economy more competitive with the rest of the world, it would put Americans back to work, we'd have broader base on the tax rules, and out of that, there would be real economic growth and more revenues for the federal government [14].

4) Топоніми (USA, America):

Інтерв'юєр (J. Tapper): When you entered the race in June, you said, quote, "give us month or two, and I think we'll be punching through". This interview notwithstanding, I don't know that you can say that you're punching through yet. How long can you consider yourself a viable candidate with that sort of support?

Політик (J. Huntsman): I would say, Jake, because we are on your show, that is evidence that we are punching through.... So for us, you know, the trajectory and the ground game is pretty clear. We're are going to do well in New Hampshire, and we're going to do well in South Carolina, and then we're going to bring it home in Florida [12].

5) Граматичні форми непрямого імперативу зі значенням включення у сферу його дії адресата:

Інтерв'юєр (C. Amanpour): Small government is a rallying cry of the Republican Party. What is your vision of the size of government? You've said that it has to be more proactive and more aggressive. How does that square with the small government agenda?

Політик (T. Pawlenty): Well, just because the government has an area of responsibility doesn't mean it has to be the provider of the service. If government has an ability and an interest in helping people with certain things – and they should, like education – then give people money directly. Let them decide what's best for their family in a marketplace [13].

6) Специфічні маркери соціальної (групової) віднесеності (*democratic, liberal, republican*). Вони є орієнтаційним компонентом. Вживання політичних афективів сприяє ідентифікації політичного агента, забезпечує його прихильність до певної групи:

Інтерв'юєр (C. Amanpour): A year now into the new congress. What is your biggest regret then?

Політик (T. Pawlenty): I really thought the president and I could come to an agreement.... And I've got to tell you, these members, all 12 of them, Democrats and Republicans from both the House and the Senate, they have worked diligently, they have put in incredible numbers of hours [13].

7) Безагенсні (*it was done, it is required*) та псевдоагенсні конструкції (*the situation demands, the Media must*), які депер-

соніфікують ПД та співвідносять його з деякою референтною групою (адміністрація, партія):

Інтерв'юєр (C. Amanpour): But – produces growth, that's going to take time for that to happen. Year one, year two, you're going to blow a huge hole in the deficit, right?

Політик (T. Pawlenty): Look I'm looking long term. I'm looking to get this country back on track.... And it's going to require some hard decisions. But it's going – to have someone who understands that you have to give incentives to those job creators so that they have the confidence so that they can risk their capital and have a return on investment [13].

8) Гіперболізовані вирази зі значенням позитивної конотації та значенням загальнолюдських цінностей:

Інтерв'юєр (C. Amanpour): Well, let's get right to the heart of the matter. Medicare, you have said that if the Paul Ryan plan came across your desk as president, you would sign it.

Політик (T. Pawlenty): Well, let me start by saying my campaign is based around the notion that it's time for the truth and it's time for leaders to step forward and tell America and the American people the truth [13].

9) Звернення ПД до прецедентних імен з підкресленням важливості тих самих осіб як для себе, так і для електорату:

Інтерв'юєр (Mr. Gregory): Is that a model for President Gingrich? Run on the right, govern from center?

Політик (N. Gingrich): Well, Ronald Reagan ran a very broad center right platform. Ronald Reagan ran on defeating the Soviet empire. ... But clearly Reagan was a great conservative overall, and I think that my record is pretty extraordinarily conservative in the same tradition [15].

Тактика героїзації полягає в тому, що ПД наділяє себе або іншого ПД рисами героя. У цій тактиці постулюється основний тезис «Я / він – хороший» [16].

Висновки. Вивчення мовлення кандидатів у президенти на прикладі ПД, що функціонує в американському передвиборчому дискурсі, засвідчує, що апеляція до емоцій та свідомості електорату реалізується на лінгвістичному рівні з використанням загальної персуазивної стратегії (конфліктної та неконфліктної) за допомогою емоційно-забарвленої, політичної та нейтральної лексики. ПД, основна мета яких – завоювання прихильності електорату, використовують у своєму мовленні неконфліктну стратегію, тим самим створюють собі позитивний політичний імідж. Перспективним вважаємо вивчення відеоінтерв'ю з ПД на сайтах служб новин, що дасть змогу проаналізувати невербальну та фонетичну складові мовленнєвої поведінки ПД, які доповнять картину творення його лінгвопрагматичного іміджу.

Література:

1. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. – М. : Русский язык, 2002. – 216 с.
2. Семенов О.А. Основы теории мовой коммуникации : [навч. посіб.] / О.А. Семенов, В.Ю. Парашук. – К. : ВЦ «Академія», 2010. – 240 с.
3. Третяк Ю.Ю. Дискурсивні стратегії інтерв'юєра, орієнтовані на масового адресата, в публіцистичному жанрі інтерв'ю-презентації на сторінках французького літературного журналу "LIRE" / Ю.Ю. Третяк // Мова і культура. – 2003. – Вип. 6. – С. 338–344.
4. Станкевич-Шевченко А.М. Комунікативні стратегії інтерв'ю / А.М. Станкевич-Шевченко // Електронна бібліотека Інституту журналістики. – Львів. – 2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2048>.

5. Самарина И.В. Прагмалингвистическое исследование речевой деятельности политиков по коммуникативным стратегиям «Создания круга своих и круга чужих» / И.В. Самарина // Вестник Самарского государственного университета. – 2006. – № 8 (48). – С. 213–219.
6. Иссерс О.С. Паша-«Мерседес», или речевая стратегия дискредитации / О.С. Иссерс // Вестник Омского университета. – 1997. – Вып. 2. – С. 51–54.
7. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : [учеб. пособ.] / В.Е. Чернявская. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 136 с.
8. Interview with Barack Obama // BBC. – 2011. – May 22. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bbc.co.uk/news/uk-13473065>.
9. Interview Mike Huckabee // ABC News. – 2012. – January 8. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-david-axelrod-mikehuckabee/story?id=15316126#.](http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-david-axelrod-mikehuckabee/story?id=15316126#.Tuyvp8iLJJE)
10. Interview with Jill Stein // The Inquirer. – 2012. – September 8. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://articles.philly.com/2012-09-08/news/33678426_1_green-party-jill-stein-presidential-candidate.
11. Interview with Rick Santorum // ABC News. – 2012. – January 22. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-rick-santorum/story?id=15414986#.](http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-rick-santorum/story?id=15414986#.Tyyuc8iLJF)
12. Interview with Jon Huntsman // ABC News. – 2011. – August 21. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://abcnews.go.com/Politics/week-transcript-jon-huntsman/story?id=14350219#.TrLQXI_FpQ
13. Interview with Tim Pawlenty // ABC News. – 2011. – May 29. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://abcnews.go.com/ThisWeek/week-transcript-tim-pawlenty-mitch-daniels/story?id=13714378>.
14. Interview with Ron Paul // Scott Hennen Show. – 2012. – February 7. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://scotthennen.com/2012/02/transcript-presidential-candidate-ron-paul-on-the-scott-hennen-show-2712>.
15. Interview with Newt Gingrich // NBC. – 2011. – May 15. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.clipsandcomment.com/2011/05/15/transcript-presidential-candidate-newt-gingrich-interviewed-on-nbcs-meet-the-press-may-15-2011>.
16. Прокопенко А.В. Тактика дискредитации опонента vs. тактики героїзації / А.В. Прокопенко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Філологічні науки (Мовознавство). – Вип. 24 (249). – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. – С. 108–113.

Прокопенко А. В., Шуменко О.А . Статус неконфликтной стратегии в политическом интервью (на материале американского медиаполитического дискурса)

Аннотация. В статье определен статус неконфликтной стратегии в политическом интервью, которое функционирует в рамках американского медиаполитического дискурса. Проанализирован ряд коммуникативно-речевых тактик, с помощью которых реализуется неконфликтная стратегия политического деятеля.

Ключевые слова: политическое интервью, коммуникативно-речевая стратегия, неконфликтная стратегия, тактика, политический деятель, медиаполитический дискурс.

Prokopenko A., Shumenko O. The status of non-conflict strategy in political interview (on the background of American media political discourse)

Summary. The article deals with the status of non-conflict strategy in political interview, which functions inside of American media political discourse. It has been found that non-conflict strategy is realized by means of different communicative tactics.

Key words: political interview, communicative strategy, non-conflict strategy, media political discourse.