

СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ ВЕЖЛИВОСТИ В ДИСКУРСИВНОЙ ПРАКТИКЕ МЕДИАТЕКСТОВ ИНТЕРВЬЮ

Для цитирования: Таюпова О.И. Семантико-прагматическая категория вежливости в дискурсивной практике медиатекстов интервью // Немедкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2023. Вып. 13. С. 428–443. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2023.124>

Статья посвящена исследованию семантико-прагматической специфики и роли категории вежливости в печатном журнальном медиадискурсе Германии. Методологической базой послужили труды как отечественных, так и зарубежных авторов, в той или иной степени обращающих свое пристальное внимание на одну из наиболее интересных и актуальных проблем современной лингвистики и вовлекающих названную проблематику в круг своих научных поисков. Не в последнюю очередь этому способствовало формирование в середине XX в. теории коммуникации, а в конце XX — начале XXI в. прагмалингвистики, благодаря которой в фокусе внимания оказались лингвистические категории, относящиеся к важным факторам успешного осуществления речевой коммуникации, в число которых входит и категория вежливости. Актуальность настоящей работы обусловлена недостаточной изученностью языковых средств репрезентации категории вежливости речевого поведения коммуникантов, в своей совокупности способствующих повышению эффективности межличностной медиакommunikation и предотвращающих не только конфликтные, но и неловкие ситуации применительно к диалогическим медиатекстам в ракурсе их дискурсивной практики. В ходе анализа семантики вежливости на материале немецкого языка особое внимание уделено ее культурно-специфическим параметрам, которые базируются на культурных ценностях Германии и ее национально-культурных особенностях, в частности отношению к общению. Соблюдая принцип позитивной вежливости, коммуниканты, и прежде всего журналисты, выбирают соответствующие, и по возможности наиболее уместные в определенной ситуации речевого общения языковые средства. Несомненными маркерами позитивной вежливости в дискурсивной практике медиатекстов немецких интервью являются вежливое обращение к интервьюируемому (*Herr, Frau*), вежливая форма местоимения третьего лица *Sie*, конъюнктив, модальные частицы (*mal, nur, fast, vielleicht, gern*), глагол *danken*, сочетание *besten (vielen) Dank*, существительные *Verzeihung, Entschuldigung*.

Ключевые слова: категория вежливости, норма текста, вербальные маркеры вежливости, немецкие медиainterвью.

SEMANTIC-PRAGMATIC CATEGORY OF POLITENESS IN THE DISCOURSE PRACTICE OF INTERVIEW MEDIA TEXTS

For citation: Tayupova O. I. Semantic-pragmatic category of politeness in the discourse practice of interview media texts. *German Philology in St. Petersburg State University*, 2023, iss. 13, pp. 428–443. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2023.124> (In Russian)

The article is devoted to the study of the semantic-pragmatic specifics and the role of the category of politeness in the German printed media discourse. The relevance of this work is due to the lack of knowledge of the language means of representing the category of politeness of the speech behavior of communicants, which in their totality contribute to increasing the effectiveness of interpersonal media communication and preventing not only conflict, but also awkward situations in relation to dialogic media texts in the perspective of their discursive practice. Also, the significance of this study is due to the appeal to the study of politeness in the dialogical texts of magazine interviews that are actively published in the media, which contribute to the rapid and successful transmission of timely information, improve communication efficiency and achieve the desired pragmatic impact on addressees. Special attention is paid to culturally specific parameters, which are based on the cultural values of Germany and its national and cultural characteristics, in particular, the attitude towards communication. Communicants, and above all, journalists, choose the appropriate and, if possible, the most appropriate language means in a particular situation of speech communication. Undoubted markers of positive politeness in the discursive practice of media texts of German interviews are a polite address to the interviewee (*Herr, Frau*), polite third person pronoun *Sie*, conjunctive, modal particles (*mal, nur, fast, vielleicht, gern*), verb *danken*, combination *besten (vielen) Dank*, nouns *Verzeihung, Entschuldigung*.

Keywords: politeness category, the norm of the text, verbal markers of politeness, German media interviews.

Höflichkeit ist Klugheit.
A. Schopenhauer

1. Постановка проблемы

Изучение категории вежливости в медиатекстах относится к наиболее важным исследовательским аспектам, которые связаны с такими современными научными направлениями, как медиалингвистика, медиастилистика, социо- и прагмалингвистика, дискурс-анализ. Как феномен человеческой культуры, вежливость исследовалась в культурологии, социалингвистике и дидактике. Последняя коррелирует прежде всего с преподаванием иностран-

ных языков. Несомненно, объединяющим началом в названных междисциплинарных исследованиях выступает их общая антропоцентрическая парадигма, предполагающая обращение к тексту как высшей коммуникативной единице, в основе функционирования которой лежит механизм вариативности и интердискурсивности, благодаря которому заостряется внимание на норме и узусе медиатекста, в том числе в ракурсе семантико-прагматической категории вежливости [Бычкова 2015; Прокофьев 2013; Таупова 2020; Jesan, Kovtunova 2019; Perrin 2015; Таупова, Stepykin 2020].

Анализ научной литературы свидетельствует об отсутствии единого мнения исследователей на сущность вежливости как категории. Определенную роль сыграло в данном случае наличие различных подходов к определению лингвистической вежливости [Формановская 2008; 2010; Ларина 2009], разграничение позитивной и негативной вежливости [Власян 2015; Brown, Lewison 1987], понятий эмической (бытовой) и этической (научной, теоретической) вежливости, что, в свою очередь, способствовало развитию дискурсивного подхода к изучению категории вежливости [Locher, Watts 2008; Лохэр, Ларина 2019], а также осознание того факта, что разным лингвокультурам присущи соответствующие, с одной стороны, универсальные, или единые ценности, а с другой — культурно-специфические ценности [Власян, Кожухова 2018; Шабан, Хомутова 2019; Ларина 2009]. Поэтому вежливость трактуют, во-первых, как уважение по отношению к другим участникам коммуникации, что является, по сути, универсальной характеристикой данного понятия. Во-вторых, несмотря на универсальность, обращают внимание на этнокультурную специфику категории вежливости. Так, вежливость трактуется как моральное качество человека, некий связанный с речью социально-культурный компонент общения, проявление уважительного отношения к адресату, характеризующее поведение человека [Формановская 2008; 2010].

Говоря о немецком языке, отметим, что лексико-грамматические средства выражения вежливости в немецком языке как феномене речевой коммуникации рассматривались в работах Н. В. Реуковой, Р. А. Газизова, И. В. Соловьевой. С позиции прагматической лингвистики изложены научные данные в академической грамматике немецкого языка [Grammatik der deutschen Sprache 1997], авторы которой различают конвенциональную вежливость, которая состоит в выполнении общественных норм, и индивидуальную

вежливость, выходящую за рамки только исполнения норм и выражающую особенные ценностные установки индивидуума. Прагматингвистический подход позволил констатировать, что употребление форм вежливости, являясь частью культурной практики конкретного общества, в значительной мере зависит от языкового и ситуативного окружения коммуникантов. Однако, некоторые выражения показывают относительно непривязанную к контексту вежливую окрашенность сказанного или написанного, например такие лексические единицы, как *Entschuldigung. Guten Morgen!*

Представленный выше обзор лингвистической литературы свидетельствует о том, что в сфере изучения вежливости еще много нерешенных и дискуссионных вопросов. Подобное положение связано с тем, что материал исследования и его предметная область стабильно расширяются, напрямую затрагивая в том числе репрезентацию категории вежливости в немецком диалогическом медиатексте.

2. Материал исследования

Материалом настоящего исследования послужили тексты интервью, опубликованные в журналах «Der Spiegel» и «Vitamin de». Первый из названных источников эмпирического материала, как печатное издание, основанное в начале ноября 1947 г. в Ганновере, характеризует интерес не только к жизни самой Германии, но и других стран. Отметим, что коллектив еженедельника награжден медиапремией за языковую культуру.

Второй журнал, «Vitamin de», в нашей стране издающийся в Омске и адресованный не только молодежи, изучающей немецкий язык как иностранный, но и преподавателям и учителям немецкого языка, является по сути учебным, поэтому каждый его номер снабжен так называемым словариком (Vokabelkarte), содержащим лексические единицы с переводом на русский язык. Кроме того, эти же слова и словосочетания толкуются на страницах самого издания, но уже без перевода. Журнал знакомит своих читателей со страноведением Германии, ее историей, традициями и обычаями, достопримечательностями, выдающимися учеными и изобретателями, национальными блюдами, культурой и спортом, возможностями учебы в этой стране, а также эпидемиологической обстановкой, связанной с пандемией COVID-19, уделяя особое внимание вежли-

вomu и тактичному речевому поведению коммуникантов, поэтому мы посчитали возможным также привлечь его для проводимого нами анализа.

3. Роль медиатекстов интервью в дискурсе современных медиа Германии

Интервью трактуется в современной лингвистике текста как прозаическое публицистическое произведение. Названный вид текста, в основе которого лежит диалогичный метод получения информации в результате беседы журналиста (интервьюера) с одним или несколькими лицами по тем или иным насущным вопросам, предназначен либо для радио- и теледискурса, либо, как в нашем случае, для печати [Рогова 2018; Deppermann 2013; Maue 2013]. Как один из видов текста массмедийных коммуникативных практик, интервью отличают от других типов беседы особенные коммуникативно-прагматические признаки, в частности, как правило, большое количество адресатов, высокая степень публичности, асимметрическое управление диа- или полилогом благодаря интервьюеру, задающему как прямые, так и не прямые вопросы [Лукина 2012; Таюпова 2015].

Отметим, что основная цель текстов стиля массовой коммуникации состоит не только в информировании широких кругов населения об актуальных событиях современности, но и в воздействии на общественное сознание на основе данного информирования [Солганик, Дроняева 2012: 21; Добросклонская 2015; Иванова 2021]. В первую очередь это касается печатных медиаинтервью, размещенных на страницах качественной прессы, в нашем случае это прежде всего журнал «Der Spiegel», язык которого воспринимается как репрезентация современного немецкого литературного языка.

Говоря о механизме создания медиатекстов, отметим, что названный процесс ситуативно обусловлен совокупностью ряда факторов, к числу которых относятся не только социальные и прагматические, но и культурные параметры [Ярыгина 2020; Dallapiazza, Schümann, Blüggel 2015; Stepykin 2014]. Следует подчеркнуть, что наличие тех или иных признаков в каждом конкретном случае регулируется коммуникативно-прагматической нормой соответствующего вида текста, которая характеризуется селективностью, иначе уместностью или допустимостью использования, в нашем случае,

в тексте интервью, конкретных языковых средств. Анализ показывает, что норма текста интервью допускает приведение в предтексте после заголовка не только информации о теме беседы, но и сообщение данных об интервьюируемом, его профессии, области его интересов и его возрасте. Последние сведения приводятся как для мужчин, так и для женщин [Таюпова 2020]. Публичное сообщение о возрасте интервьюируемых, в отличие от традиций нашей страны, вполне допустимо для менталитета немцев [Томчин 2019].

4. Языковые средства выражения категории вежливости в дискурсивной практике медиатекстов интервью

С целью выявления средств современного немецкого языка, используемых для актуализации категории вежливости/невежливости в диалогическом медиатексте, обратимся к размещенному в журнале [Vitamin de Herbst] интервью под заголовком *Ausbildung attraktiver gestalten* (Сделать обучение более привлекательным) (здесь и далее перевод наш. — О. Т.), в предтексте которого приводится информация об интервьюируемом, сфере его деятельности, а также сообщается тема предстоящей беседы с ним. Интервью начитается с официального вежливого обращения журналиста к собеседнику «господин Окейими» (*Herr Okejimi*) и констатации факта наличия все большего количества свободных мест для обучения профессии, например продавца, парикмахера, сиделки, автомеханика и т. д., ср.:

Vitamin de: *Herr Okejimi, in Deutschland werden immer weniger Ausbildungsplätze besetzt.* Затем журналист формулирует прямой вопрос, направленный на выяснение необходимых действий, дабы избежать подобной ситуации: *Was lässt sich dagegen tun?* [Vitamin de Herbst: 15].

На всем протяжении текста интервью особенность речевого поведения журналиста заключается в формулировке факта наличия той или иной объективной реальности с использованием вежливой формы местоимения третьего лица единственного лица *Sie* и только затем в формулировке конкретного вопроса, ср.:

SPiegel: *In Ihrem Projekt vermitteln Sie Menschen in die Ausbildung. Ist Deutschland auf international Fachkräfte angewiesen?* [Vitamin de Herbst: 15].

Интервью заканчивается выражением благодарности за проведенную беседу, а исключительно вежливый оттенок придадут высказыванию сочетание прилагательного с существительным *Vielen Dank*, а также обращение к интервьюируемому (*Herr Okejimi*): *Vielen Dank für das Interview, Herr Okejimi!* [Vitamin de Herbst: 15].

Следующий фрагмент текста также заимствован из журнала [Vitamin de Sommer], в котором опубликовано интервью со специалистом по питанию госпожой Нуссбукер и затрагиваются особенности питания детей и подростков, переболевших коронавирусом. После названия интервью «Coronaauswirkungen und Ernährungstipps» («Последствия “короны” и советы по питанию») журналист представляет интервьюируемую им личность и дает краткую аннотацию предстоящей беседы, ср: *Frau Nussbucker, Ernährungswissenschaftlerin und frei Autorin, spricht im Interview über gesundheitliche Auswirkungen der Coronazeit und gibt Ernährungstipps* [Vitamin de Sommer: 17].

Отметим, что любое интервью, в том числе и анализируемое нами, проводится ради ответов, в которых, как ожидается, должно быть представлено мнение интервьюируемого. В данном случае в речи журналиста используются только прямые вопросы, в частности: *Frau Frau Nussbucker, welche Spuren haben die zwei Coronajahre bei Kindern und Jugendlichen hinterlassen? Welche praktischen Tipps haben Sie für Kinder mit Gewichtsproblemen? Wo sehen Sie beim Thema Ernährung noch Verbesserungsmöglichkeiten?* [Vitamin de Sommer: 17].

Несомненно, прямые, однозначные и конкретные вопросы, например о влиянии двух коронавирусных годов на здоровье детей и подростков или о практических рекомендациях по улучшению их питания, в известной степени эффективнее и результативнее не прямых, дающих собеседнику возможность уйти от ответа [Лукина 2012]. В приведенных выше прямых вопросах используется местоимение *Sie* как вежливая форма обращения к интервьюируемому. Однако не прямой вопрос, как показывает эмпирический материал, бывает полезным для замены прямого нелицеприятного вопроса, если интервьюер не намерен поставить собеседника в неловкое положение.

Кроме того, не прямой вопрос может также сподвигнуть интервьюируемого на сугубо откровенные и деликатные подробности своей жизни [Лукина 2012], что подтверждает следующее интервью с чемпионом мира «Формулы-1» Нико Росбергом, 34 года, де-

лящегося своими впечатлениями от последней гонки в интервью под заголовком «Mucki, du warst großartig» («Муки, ты был великолепен»), опубликованном в журнале [Der Spiegel Nr. 50: 99].

Текст интервью начинается с реплики, содержащей обращение к интервьюируемому господину Росбергу (*Herr Rosberg*) и констатацию факта неоспоримой победы спортсмена на чемпионате мира в Абу-Даби по сноуборду. В следующей реплике журналиста содержится непрямой вопрос, который воодушевляет интервьюируемого раскрыть откровенные, доверительные подробности, связанные с его непростым и тревожным душевным состоянием перед решающей гонкой, что вызвало у спортсмена бессонницу, ср.:

SPIEGEL: *Herr Rosberg, vor drei Jahren gewannen Sie in Abu Dhabi den WM-Titel. Hatten Sie vor dem Showdown in den Schlaf gefunden?*

Rosberg: *Nein. Keine Chance. Dafür war der Druck zu groß.*

Для ответа спортсмена характерны краткие и сверхкраткие высказывания — эллипсисы: *Nein. Keine Chance.*

В следующей реплике журналист применяет сослагательное наклонение:

SPIEGEL: *In einer legendären Überholmanöver zogen Sie in Runde 20 an Max Verstappen vorbei. Das hätte auch schiefgehen können.*

Использование конъюнктива в простом повествовательном предложении, содержащегося в речи журналиста, способствует созданию вежливого и доверительного контакта с интервьюируемым, в ответе которого употребляется имя прилагательное в превосходной степени (*der krasseste Moment* — самый экстремальный момент) и приемы стилистического, в том числе расчлененного синтаксиса, ср.:

Rosberg: *Das war der krasseste Moment meiner ganzen Karriere. Direkt nach dem Manöver ist mein Fuß auf dem Gaspedal gesprungen. Vor Adlenarin. Der Fuß hat vor der Aufregung so gezittert — ich dachte für einen Augenblick, dass ich nicht richtig beschleunigen kann* [Der Spiegel Nr. 50: 99].

Так, приведенный выше фрагмент содержит парцелляцию (*Vor Adlenarin.*) и парентезную конструкцию, осложненную придаточным дополнительным предложением (*ich dachte für einen Augenblick, dass ich nicht richtig beschleunigen kann*), в котором чемпион мира откровенно делится своими переживаниями, связанными с началом

гонки. В целом расчлененность синтаксиса, свойственная современным медиатекстам, репрезентируется в дискурсивной практике медиатекстов интервью весьма значительным количеством парцелированных конструкций. Подчеркнем, что прием парцелляции как средство экспрессивного синтаксиса был заимствован медиадискурсом из языка художественной литературы, в том числе из поэтической речи.

Следующее интервью посвящено вопросу принятия Тайваня в международную организацию ООН и проводится с президентом данной страны. Текст начинается с обращения к интервьюируемому официальному лицу:

SPIEGEL: Herr Präsident, schon lange werben Sie für die Eigenständigkeit Taiwans. Jetzt haben Sie eine Kampagne in die Aufnahme in die UNO gestartet. Warum — und warum gerade jetzt?

Chen: Es gibt gut 190 Uno-Mitglieder — warum gehört Taiwan nicht dazu? Wir versuchen seit einiger Zeit, unseren richtigen Namen zu verwenden...

SPIEGEL: ... Republik China oder Taiwan?

Zai: Taiwan. Die Uno-Resolution 2758...

SPIEGEL: ...die Taiwan 1971 aus der Uno ausschloss und die Volksrepublik China aufnahm...

Zai: ... erwähnt mit keinem Wort, dass Taiwan Teil der Volksrepublik ist [Der Spiegel Nr. 39: 140–141].

В тексте интервью наблюдается обоюдное прерывание речи коммуникантов, иначе апозиопезис, свидетельствующий несомненно, о высоком накале эмоций интервьюируемого и интервьюера. Совершенно очевидно, что данная стилистическая фигура не нарушает сам ход беседы и не создает дискомфорта собеседникам с точки зрения коммуникации. В рамках коммуникативно-прагматической нормы текстов интервью апозиопезис придает динамизм медиаречи.

В плане теории вежливости как семантико-прагматической категории следует отметить толерантность коммуникативно-прагматической нормы анализируемых текстов интервью, которая проявляется здесь также при использовании встречных вопросов, придающих тексту обиходно-разговорную окраску [Таюпова 2020], ср.:

Zai: Es gibt gut 190 Uno-Mitglieder — warum gehört Taiwan nicht dazu? [Der Spiegel Nr. 39: 140–141].

Фрагмент интервью под заголовком «Ein Zehntel der Hilfen könnte versickern» («Десятая часть помощи может просочиться»), рассматриваемый ниже, также подтверждает, что, согласно коммуникативно-прагматической норме данного вида текста, читателям предоставляется информация не только о теме предстоящей беседы, профессии интервьюируемого и его социальном статусе, но и сообщаются данные о его возрасте, ср.: *Der Chef von „Transparency International“ in Deutschland, Hartmut Baumer, 71, über die Gefahr zu schneller Corona-Hilfen und den Wert der Bürokratie* [Der Spiegel Nr. 16: 10].

Завершая исследование средств современного немецкого языка, используемых для репрезентации категории лингвистической вежливости на выбранном эмпирическом материале, приведем еще один пример, в котором представлено мнение музыковеда из Лейпцигского университета Марины Шварц относительно роли и общественного значения шлягеров [Der Spiegel Nr. 50: 56].

Интервью носит название «Ist Heimat gleich rechts, Frau Schwarz?» («Понятие *родина* ассоциируется с правыми, госпожа Шварц?») и снабжено предтекстом, в котором дается общая информация об интервьюируемой и указывается не только ее профессия и место работы, но и возраст дамы, ср.: *Martina Schwarz, 24, Musikwissenschaftlerin an der Universität Leipzig*. Последние данные, например, в русскойязычной культуре межличностного общения, как правило, не приводятся и считаются признаком как минимум невоспитанности и невежливости по отношению к особам женского пола.

Возвращаясь к заголовку интервью, отметим, что он представляет собой не прямой вопрос и содержит также обращение *Frau Schwarz* ('госпожа Шварц'). Журналист прибегает к не прямому вопросу, пытаясь установить контакт и сразу предпринимает попытку избежать формальности в межличностном общении. В последующих репликах он задает прямой вопрос, плавно переходя к сути обсуждаемой проблемы:

SPIEGEL: *Frau Schwarz, die Junge Union Berlin-Mitte hat zu ihrer diesjährigen Weihnachtsfeier unter dem Motto „Schlager gegen links“ eingeladen. Was wird heute besungen?*

Несложно выявить целевую направленность таких вопросов. Как видно из примеров, данные вопросы побуждают собеседника к вполне конкретному ответу:

Schwarz: *Party, Hedonismus, Ausgelassenheit, Partnerschaft — alles sehr ichbezogen. Es geht um Liebesfreud und Liebesleid. Ich habe das mal ausgezählt. Von 130 Schlagern aus den vergangenen vier, fünf Jahren waren nur 13 Prozent melancholisch.*

SPIEGEL: *Roland Kaiser ist SPD-Mitglied. Gibt es auch einen linken Schlager?*

Schwarz: *Roland Kaiser ist ein Sonderfall, ich könnte mir nicht vorstellen, dass sich Helene Fischer heute offen zu einer Partei bekennt [Der Spiegel Nr. 50: 56].*

Непрямой вопрос журналиста *Gibt es auch einen linken Schlager?* смягчает явную прямолинейность возможного здесь прямого вопроса, позволяя получить весьма откровенные размышления об отношении госпожи Шварц к той или иной партийной принадлежности певцов и музыкантов, которая, на наш взгляд, более деликатно отвечает на поставленные вопросы, используя в своих ответах не только конъюнктив (*ich könnte mir nicht vorstellen*), но и модальные частицы, в частности *nur, mal*, которые добавляют ее высказываниям вежливый оттенок. Именно вербальное поведение госпожи Шварц во многом помогает, на наш взгляд, избежать напряженности в анализируемом межличностном коммуникативном процессе.

5. Заключение

Исследование вежливости в структуре массмедийных коммуникативных практик, представленных в дискурсе современных немецких журнальных медиатекстов интервью, показывает, что категория вежливости неизменно сопровождает процесс общения адресатов и адресантов. В дискурсивной практике медиатекстов немецких интервью фиксируется некая совокупность маркеров вежливости. Исходя из проведенного исследования, можно констатировать, что к ведущим маркерам категории вежливости в интервью относятся вежливые речевые клише, отдельные лексемы, модальные частицы, морфологическая категория лица, сослагательное наклонение глагола, а также не прямые вопросы. Несмотря на то что язык печатных интервью как вида текста массовой коммуникации коррелирует с обиходно-разговорным дискурсом, коммуникативно-прагматическая норма сдерживает здесь исполь-

зование языковых средств, выражающих проявление откровенно невежливого отношения к коммуникантам. Интерес к названной выше проблематике обусловлен тем, что проблема интервьюирования с позиции категории вежливости в ракурсе межличностной медиакommunikации применительно к диалогическим медиатекстам в аспекте их лингвокультурных характеристик и коммуникативно-прагматических норм еще недостаточно разработана.

Дальнейшие перспективы предпринятого исследования видятся в изучении других категорий текста и дискурса на материале как генетически родственных, так и генетически неродственных языков с позиции различных коммуникативно-дискурсивных практик с учетом их лингвокультурных характеристик и коммуникативно-прагматических норм.

Источники иллюстративного материала

- Der Spiegel. Nr. 50. 07.12.2019. S. 56, 99.
Der Spiegel. Nr. 16. 11.04.2020. S. 10.
Der Spiegel. Nr. 39. 24.09.2019. S. 140–141.
Vitamin de Sommer. 2022. Nr. 93. S. 17.
Vitamin de Herbst. 2022. Nr. 94. S. 15.

Литература

Бычковская Н.В. Синтактико-прагматическая вариативность в текстах интервью // Вестник Башкирского университета. 2015. Т. 20, № 3. С. 981–984.

Власян Г.Р. Реализация стратегий позитивной вежливости в разговорном диалоге // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. 2015. № 27 (382). С. 50–54.

Власян Г.Р., Кожухова И.В. Глобализация, коммуникативное поведение и вежливость // Политическая лингвистика. 2018. № 5 (71). С. 111–115.

Добросклонская Т.Г. Прикладные аспекты медиалингвистических исследований // Медиалингвистика. 2015. Вып. 4. С. 18–22.

Иванова Т.К. Средства экспрессии в политическом медиадискурсе и опасность их использования // Journal Of Russian Studies. Российские исследования. 2021. Т. 2, № 2. С. 106–113.

Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Языки славянских культур, 2009. 512 с.

Лохэр М., Ларина Т.В. Введение в исследование вежливости и невежливости в глобальном контексте // Russian Journal of Linguistics. 2019. Вып. 23, № 4. С. 873–903.

Лукина М. М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2012. 192 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/56994.html> (дата обращения: 06.01.2023).

Прокофьев Г. В. Категория интердискурсивности как средство организации медиадискурса // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2013. № 5 (133). С. 77–79.

Рогова К. А. Устная речь в текстах печатных СМИ // Медиалингвистика. 2018. Т. 5, № 3. С. 346–353.

Солганик Г. Я., Дроняева Т. С. Стилистика и культура речи русского языка. М.: ИЦ «Академия», 2012. 256 с.

Таюпова О. И. Норма диалогического медиатекста в ракурсе теории вежливости // Вестник Башкирского университета. 2020. Т. 25, № 2. С. 407–412. <https://doi.org/10.33184/bulletin-bsu-2020-2.30>

Таюпова О. И. Прагмалингвистический потенциал заголовков в современных публицистических текстах // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 4. С. 21–26.

Томчин А. Б. О чем думают немцы: 1228 фактов от Фауста до Октоберфеста. Минск: Рипол-Классик, 2019. 496 с.

Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. М.: Высшая школа, 2008. 156 с.

Формановская Н. И. Русский и немецкий речевой этикет: сходства и различия. М.: Высшая школа, 2010. 119 с.

Шабан А. К., Хомутова Т. Н. Семантика понятия «вежливость» в различных лингвокультурах: универсальное и культурно-специфическое // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2019. Т. 5, вып. 1. С. 85–95. <https://doi.org/10.18413/2313-8912-2019-5-1-0-8>

Ярыгина Т. А. Средства выражения вежливости в современном немецком языке // Лингвистика и лингводидактика. Орехово-Зуево: Гос. гуманитар.-технол. ун-т, 2020. С. 197–200.

Brown P, Lewinson S. Politeness: Some Universals in Language. Usage Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.

Dallapiazza M. R., Schümann A., Blüggel B. Tangram 2 A: Deutsch als Fremdsprache. Köln: Max Hueber Verlag, 2015. 114 S.

Deppermann, A. Interview als Text vs. Interview als Interaktion // FQS Forum: Qualitative social research. 2013. Vol. 14, № 3. <https://doi.org/10.17169/fqs-14.3.2064>

Jesan I., Kovtunova E. Spitznamen deutscher Politiker im Mediendiskurs // Kommunikative Praktiken in sozialen Kontexten. Münster; Berlin; London: LIT-Verlag. 2019. S. 69–86.

Grammatik der deutschen Sprache (GDS) / Hrsg. von G. Zifonun, L. Hoffmann, B. Strecker. In 3 Bänden. Bd. 3. Berlin; New York: Walter de Gruyter, 1997. S. 2233–2358.

Locher M., Watts R. Relational work and impoliteness: Negotiating norms of linguistic behaviour // D. Bousfield, M. A. Locher (eds). *Impoliteness in Language. Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2008, pp. 77–99.

Maye H. O. Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. 6. Aufl. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2013. 223 S.

Stepykin N. I. Politeness, courtesy, civility: Mapping associative fields // *Journal of Language and Literature*. 2014. Nr. 5 (4). P.243–247. <https://doi.org/10.7813/jll.2014/5-4/52>

Perrin D. *Medienlinguistik*. 3., aktualisierte Aufl. Konstanz; München: UVK Verlagsgesellschaft, 2015. 259 S.

Tayupova O., Stepykin N. Norm And Uzus In The Theory Of Media Discourse // *European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS) conference proceedings*, 2020. Vol.86. WUT 2020. P.1360–1366. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.08.157>

References

Brown P., Lewinson S. *Politeness: Some Universals in Language*. Usage Cambridge, Cambridge University Press, 1987, 345 p.

Bychkovskaya N. V. Syntactic and pragmatic variability in interview texts. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 2015. Vol. 20, no. 3, pp. 981–984. (In Russian)

Dallapiazza M. R., Schümann A., Blüggel B. *Tangram 2 A: Deutsch als Fremdsprache*. Köln, Max Hueber Verlag, 2015, 114 p.

Deppermann A. Interview als Text vs. Interview als Interaktion. *FQS Forum: Qualitative social research*, 2013, vol. 14, no. 3. <https://doi.org/10.17169/fqs-14.3.2064>

Dobrosklonskaya T. G. Applied aspects of mediallyinguistic research. *Media Linguistics*, 2015, no. 4, pp. 18–22. (In Russian)

Formanovskaya N. I. *Speech etiquette and communication culture*. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 2008, 156 p. (In Russian)

Formanovskaya N. I. *Russian and German speech etiquette: similarities and differences*. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 2010, 119 p. (In Russian)

Grammatik der deutschen Sprache (GDS), Hrsg. von G. Zifonun, L. Hoffmann, B. Strecker. In 3 Bänden. Bd. 3. Berlin; New York, Walter de Gruyter, 1997, S. 2233–2358.

Ivanova T. K. Means of expression in political media discourse and the danger of their use. *Journal Of Russian Studies. Russian studies*, 2021, vol. 2, no. 2, pp. 106–113. (In Russian)

Jesan I., Kovtunova E. Spitznamen deutscher Politiker im Mediendiskurs. *Kommunikative Praktiken in sozialen Kontexten*. Münster, Berlin, London, LIT-Verlag, 2019, S. 69–86.

Larina T. V. *Category of politeness and style of communication: comparison of English and Russian linguistic and cultural traditions*. Moscow, Iazyki slavianskikh kul'tur Publ., 2009, 512 p. (In Russian)

Loher M., Larina T. V. Introduction to the study of politeness and impoliteness in a global context. *Russian Journal of Linguistics*, 2019, iss. 23, no. 4, pp. 873–903. (In Russian)

Locher M., Watts R. Relational work and impoliteness: Negotiating norms of linguistic behaviour, D. Bousfield, M. A. Locher (eds). *Impoliteness in Language. Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice*. Berlin, Mouton de Gruyter, 2008, pp. 77–99.

Lukina M. M. *Interview technology*. Moscow, Aspect Press Publ., 2012, 192 p. Available at: <https://www.iprbookshop.ru/56994.html> (accessed: 01.06.2023). (In Russian)

Maye H. O. *Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung*. 6. Aufl. München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2013, 223 S.

Perrin D. *Medienlinguistik*. 3., aktualisierte Aufl. Konstanz; München, UVK Verlagsgesellschaft, 2015, 259 S.

Prokofiev G. V. The category of interdiscursivity as a means of organizing media discourse. *Bulletin of the Tomsk State Pedagogical University*, 2013, no. 5 (133), pp. 77–79. (In Russian)

Rogova K. A. Oral speech in printed media texts. *Medialingvistika*, 2018, vol. 5, no. 3, pp. 346–353. (In Russian)

Stepykin N. I. Politeness, courtesy, civility: Mapping associative fields. *Journal of Language and Literature*, 2014, no. 5 (4), pp. 243–247. <https://doi.org/10.7813/jll.2014/5-4/52>

Shaban A. K., Khomutova T. N. The semantics of the concept of “politeness” in various linguistic cultures: Universal and culturally specific. *Scientific result. Issues of theoretical and applied linguistics*, 2019, vol. 5, no. 1, pp. 105–112. <https://doi.org/10.18413/2313-8912-2019-5-1-0-8> (In Russian)

Solganik G. Ya., Dronyaeva T. S. *The stylist and the culture of speech of the Russian language*. Moscow, Informatsionnyi tsentr “Academii” Publ., 2012, 256 p. (In Russian)

Tayupova O. I. The norm of the dialogic media text from the perspective of the theory of politeness. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 2020, vol. 25, no. 2, pp. 407–412. <https://doi.org/10.33184/bulletin-bsu-2020-2.30> (In Russian)

Tayupova O., Stepykin N. Norm and Uzus in the Theory of Media Discourse. *European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS) conference proceedings*, 2020, vol. 86, WUT 2020, pp. 1360–1366. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.08.157>

Tayupova O. I. Pragmalinguistic potential of headings in modern journalistic texts. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Iazykovaia i polikul'turnaia kommunikatsiia*. 2015, no. 4, pp. 21–26. (In Russian)

Tomchin A. B. *What the Germans Think: 1228 Facts from Faust to Oktoberfest*. Minsk, Ripol-Klassic Publ., 2019, 496 p. (In Russian)

Yarygina T. A. Means of expressing politeness in modern German. *Linguistics and linguodidactics*. Orekhovo-Zuevo, Gosudarstvennyi gumanitarno-tekhnologicheskii universitet Publ., 2020, pp. 197–200. (In Russian)

Vlasyan G. R. Implementation of positive politeness strategies in conversational dialogue. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*. 2015, no. 27 (382), pp. 50–54. (In Russian)

Vlasyan G. R., Kozhukhova I. V. Globalization, communicative behavior and politeness. *Politicheskaya lingvistika*, 2018, 5 (71), pp. 111–115. (In Russian)

Таюпова Ольга Ивановна

профессор кафедры немецкой и французской филологии УУНИТ, доктор филологических наук

Адрес: Российская Федерация, 450076, Уфа, ул. Заки Валиди, 32

Olga I. Tayupova

Professor of German and French Department, Ufa University of Science and Technology, Doctor of Philological Sciences

Address: 32, ul. Zaki Validi, Ufa, 450076, Russian Federation

E-mail: o.tayupova@mail.ru

Статья поступила в редакцию 7 марта 2023 г.

Принята к публикации 26 апреля 2023 г.