

УДК 811.111

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ВОСПРИЯТИЯ И ПОНИМАНИЯ ДИСКУРСА АНГЛОЯЗЫЧНОГО ИНТЕРВЬЮ

О.П. КАЗАКОВА

(Полоцкий государственный университет)

В процессе обучения английскому языку на старших курсах языкового вуза в качестве средства звуковой наглядности широко используются аутентичные интервью. Восприятие и понимание дискурса интервью – это сложный речемыслительный процесс, успешность которого зависит от многих факторов. Содержательное поле интервью, набор языковых средств, используемых интервьюером и респондентом, суперструктурная организация интервью варьируются в зависимости от жанровой разновидности. В статье представлены следующие жанровые разновидности интервью: интервью-портрет, проблемно-аналитическое интервью, информативное интервью и блиц-интервью. Знание жанровых характеристик позволяет слушающему интерпретировать дискурс интервью адекватно замыслу его создателей и обеспечивает более полное и глубокое понимание. При помощи лингвометодического анализа определяются композиционная, логико-смысловая и интенционально-речевая структуры интервью. Выделенные структуры являются объектами различения и узнавания и служат ориентирами восприятия и понимания дискурса интервью.

Введение. Для достижения основной цели обучения иностранному языку – подготовки студентов к речевому общению в естественных условиях – процесс обучения восприятию и пониманию устной речи на слух должен строиться на аутентичных текстах. Под аутентичными текстами понимаются тексты, «которые носители языка продуцируют для носителей языка, т.е. собственно оригинальные тексты, создаваемые для реальных условий, а не для учебной ситуации» [1, с. 193].

Наиболее концентрированно и полно сущностные признаки процесса межличностного общения проявляются в жанре интервью. Интервью, будучи одним из самых ярких образцов «публичного общения», оказывает «нормирующее и популяризирующее влияние в области языка и коммуникации в целом» [2, с. 45]. Изучение реального поведения интервьюера и респондента (ов) в коммуникативной среде интервью существенно обогащает знания слушающих о национальном характере, специфике мировосприятия, системы ценностей представителей англоязычного лингвокультурного сообщества.

Интервью – это любой планируемый и контролируемый разговор между двумя (или более) людьми, который ведется с определенной целью (с позиций хотя бы одного из участников) и во время которого оба говорят или слушают по очереди. Наличие цели, планирования и контролируемого взаимодействия в проведении интервью отличает его от повседневного общения [2, с. 46]. Интервью представляет собой сложнейший вид дискурса, сочетающий в себе предварительно подготовленный, спонтанно порождаемый и периодически возобновляемый варианты его проявления [3]. Дискурс интервью строится на единстве внутренних и внешних диалогических отношений его участников [4, с. 85]. На передний план выходят три участника дискурса интервью: интервьюер, респондент, адресат. Условно в дискурсе интервью можно выделить два этапа: 1) процесс порождения интервью и 2) процесс интерпретации интервью.

На первом этапе коммуникация между интервьюером и респондентом протекает в форме внешнего диалога. Однако уже на этапе порождения интервью оба участника внешнего диалога вступают в отношения внутреннего диалога с адресатом-слушателем (или, точнее, аудиторией слушателей), так как именно слушатель является мотивационным стержнем всего дискурса интервью. Как правило, авторы интервью и слушатели являются представителями одного (в нашем случае англоязычного) лингвокультурного сообщества. На втором этапе ситуация осложняется тем, что в условиях межкультурной коммуникации адресатом становится инофон (термин И.И. Халеевой) – представитель русскоязычного лингвокультурного сообщества, причем коммуникация опосредована аудиозаписью (дистантна) и протекает с неограниченным временным разрывом.

В процессе восприятия интервью студенты сталкиваются с наибольшим количеством трудностей, так как «понимание – это не пассивное конструирование репрезентации некоего языкового образа, а часть интерактивного процесса, в котором человек, воспринимающий тот или иной социолингвокультурный феномен, активно интерпретирует его» [5, с. 112]. Поэтому преподавателю иностранного языка необходимо искать эффективные пути развития умений восприятия и понимания интервью как типа диа-

логического дискурса. Одним из таких путей, на наш взгляд, можно считать формирование у студентов знаний о жанровых разновидностях интервью и о суперструктурной организации интервью.

Основная часть. Специфику дискурса интервью следует выявлять в жанровой вариативности его образцов. По определению С. Гайды, «жанр – это горизонт ожидания для слушающих и модель построения для говорящих» [6, с. 110]. На данное свойство жанровой предсказуемости как «когнитивно-конструктивный аспект речевого жанра» указывает и К.А. Долинин. «Знание жанровых канонов обеспечивает идентификацию жанра получателем (для чего часто бывает достаточно небольшого отрезка дискурса), т.е. ориентировку в речевом событии, в котором он участвует, активизацию соответствующего сценария, хранящегося в долговременной памяти, и, следовательно, настройку на нужную волну, включение соответствующей установки, и, как следствие, возможность прогнозировать дальнейшие речевые действия партнера, дальнейшее развертывание дискурса и адекватно реагировать на него» [7, с. 30].

В нашем исследовании мы опираемся на пятичленную жанрообразующую модель прагматической ситуации, которая была успешно применена и верифицирована на материале широкого спектра жанров газетного и научного стилей в английском языке. В состав этой модели входят следующие компоненты [4, с. 38]:

- 1) коммуникативная задача (цель);
- 2) способ отражения действительности (объект);
- 3) статус субъекта;
- 4) статус адресата;
- 5) интерактивные (субъектно-адресатные) отношения.

Проанализировав значительный корпус интервью (более 200), мы выделяем четыре жанровых разновидности интервью:

- интервью-портрет;
- блиц-интервью;
- проблемно-аналитическое интервью;
- информативное интервью.

В основу нашей классификации мы кладем критерии, коррелирующие с компонентами вышеуказанной жанрообразующей модели прагматической ситуации:

- 1) цель проведения интервью;
- 2) объект интервью;
- 3) статус субъектов интервью (т.е. интервьюера и респондента) в процессе создания интервью;
- 4) субъектно-субъектные отношения в процессе интервью;
- 5) статус адресата (т.е. слушателя со стороны) в процессе интерпретации интервью.

Немаловажное значение при отборе интервью имел также критерий соотносительности с тематикой, изучаемой по практике английского языка.

Интервью-портрет нацелено на раскрытие индивидуальных черт характера респондента, на создание его «образа». Выявление фактов, анализ проблемы уходят на второй план, главной является задача раскрыть человеческий характер. Преимущественное значение приобретают социальные и эмоционально-психологические характеристики собеседника, его система ценностей, любопытные детали биографии. Важно отметить, что респондент может представлять собой неординарную личность как со знаком «плюс», так и со знаком «минус». В зависимости от личности респондента меняется и роль интервьюера: в беседе с «положительным героем» интервьюер старается поддерживать имидж респондента, представить его с наилучшей стороны, т.е. играет роль «имидж-мейкера». В ходе интервью с «антигероем» доминирует критическая направленность, и роль интервьюера меняется – он становится «изобличителем», стараясь показать истинное лицо респондента.

Блиц-интервью проводится с целью выяснения мнений по определенному вопросу (или двум-трем вопросам, но не более) у различных респондентов. Количество респондентов может варьироваться от трех до шести-семи. Поводом для проведения данного типа интервью может служить любой фрагмент окружающего мира, представляющий прагматический интерес для слушателя. Респондентом может оказаться любой представитель социума, так сказать «человек из толпы» вне зависимости от возраста, пола, образования, социального статуса и т.д., а интервьюер играет на невинном тщеславии «маленьких людей» попасть в эфир и стать знаменитостью хотя бы на несколько минут. Сравнивая и анализируя ответы респондентов, адресат имеет возможность составить для себя достаточно полную картину о национальном характере, менталитете и системе ценностей данного этноса.

Проблемно-аналитическое интервью – это диалог с целью всестороннего исследования важной проблемы, выявления мнения о ней у компетентного лица («эксперта»). Как правило, выявление мнения или сопоставление мнений по какой-либо проблеме или дилемме сопровождается развернутой аргумен-

тацией. В данном случае интервьюер выступает в роли «аналитика», побуждающего респондента к размышлению или полемике, дискутированию.

Информативное интервью ставит своей основной задачей сообщение достоверной информации о каком-либо событии, представляющем интерес для слушателя. Следовательно, интерес интервьюера к личности респондента ослаблен, так как в первую очередь он должен получить от своего собеседника ответы на основные вопросы: «что?», «где?», «когда?».

Представим жанровые разновидности интервью в виде таблицы (таблица).

Жанровые разновидности интервью

Критерии	Интервью-портрет	Проблемно-аналитическое	Блиц-интервью	Информативное
Цель	Создать эмоционально-психологический портрет собеседника	В्याснить мнение Р. о явлении, событии и т.п. или сопоставить источники мнения	Кратко изложить точку зрения нескольких респондентов по одному и тому же вопросу	Сообщить достоверную информацию о каком-либо событии
Объект	Личные характеристики Р., значимые мелочи и любопытные факты биографии	Событие-проблема, раскладываемая на составные части, или дилемма	Любой фрагмент окружающего мира, представляющий прагматический интерес для слушателя	Новые факты о событии или Р. делится впечатлениями о событии
Интервьюер (И)	«Художник-портретист» (изобличитель / имиджмейкер)	«Аналитик»	«Прагматик»	«Стенограф»
Респондент (Р)	Неординарная личность (положительный герой/антигерой)	«Эксперт» – человек, обладающий оригинальной системой знаний	Человек из толпы, выбранный на роль эксперта	Источник информации, очевидец, участник
Субъектно-субъектные отношения (И ↔ Р)	Предельный интерес к личности Р.	Взаимное побуждение к размышлению (диалог единомышленников) либо полемизм	Интервьюер играет на невинном тщеславии «маленьких людей»	Интерес к личности Р. ослаблен и направлен на событие
Адресат (слушатель)	«Зритель»	«Аналитик»	«Прагматик»	«Игнорант»

Итак, мы видим, что цели интервью могут быть различными. Цель интервью предопределяет коммуникативную ситуацию и непосредственно влияет на вербальное и невербальное поведение коммуникантов. Содержательное поле интервью, набор языковых средств, используемых интервьюером и респондентом, суперструктурная организация интервью варьируется в зависимости от жанровой разновидности интервью. Однако существуют общие закономерности, лежащие в основе любого интервью. Это – трехчастная структурно-композиционная схема: вступление (или экспозиция), основная часть (корпус интервью), заключение (резюме).

Суперструктурная организация интервью формируется на базе двух неотъемлемых и взаимосвязанных компонентов – реплик интервьюера и респондента или стимулирующих и реагирующих реплик. Традиционно данные реплики идентифицируются как вопросы и ответы. Однако термин «вопрос» в интервью весьма условен, поскольку в формальном выражении он не всегда представляет собой вопросительное высказывание. Мы присоединяемся к точке зрения А.А. Харьковской, которая предлагает трактовать вопрос как некое высказывание, ориентированное на получение интервьюером информации от респондента [8, с. 43]. Соответственно, вопрос – это целый ряд семантико-синтаксических типов высказываний, служащих решению прагматической задачи получения информации от респондента. Кроме того, «семантико-синтаксическая структура стимулирующей реплики является тем маркером, наличие которого в большинстве случаев вполне достаточно, чтобы «предсказать» возможную ответную реплику» [9, с. 23].

Для слушающих (особенно в условиях дистантного аудирования) вопросы интервьюера являются своеобразными ориентирами, направляющими их внимание на извлечение информации, необходимой для более глубокого и полного понимания смысла интервью. Отсюда вытекает одна из задач нашего исследования – определить суперструктурную специфику вопросов и ответов в дискурсивном пространстве англоязычного интервью. Для этого необходимо соотнести формальную структуру вопросов и ответов, с одной стороны, и их тематический вектор, с другой.

Единая классификация типов вопросов, используемых в интервью, еще не выработана. Например, О.А. Шевченко выделяет 4 типа вопросов: 1) вопрос-гипотеза, 2) вопрос-мнение, 3) вопрос-оценка и 4) вопрос-факт [4]. Более подробная классификация из десяти типов вопросов (прямой или закрытый; би-полярный (да/нет); наводящий; открытый; «зондирующий»; гипотетический/прогнозирующий; провокационный; вопрос-подсказка; риторический и альтернативный) была предложена М.В. Стрельниковой [2].

На основании анализа отобранных нами текстов интервью мы пришли к выводу, что наиболее типичными вопросами для дискурса англоязычного интервью являются: открытый, биполярный, декларативный, альтернативный, наводящий, «зондирующий», и закрытый вопросы. Значительно реже встречаются гипотетические, провокационные и риторические вопросы, а также вопрос-подсказка. Рассмотрим каждый из этих типов вопросов подробнее.

Биполярный вопрос включает в себя общий и разделительный вопросы (tag-questions) и задается с той целью, чтобы собеседник подтвердил или опровергнул истинность всего пропозиционального содержания вопросительной предикативной конструкции. Ответные реплики трактуются как предсказуемые, однако степень их предсказуемости варьируется в зависимости от формы вопроса. После обычного общего вопроса или «нейтрального общего вопроса» [9] появление ответов «Yes» или «No» представляется равновероятным. Однако общий вопрос в отрицательной форме в подавляющем большинстве случаев является эмоционально окрашенным и выражает такие субъективно-модальные значения, как удивление, сомнение, недоумение и т.п. Отрицание в подобных вопросительных структурах как бы накладывает запрет на получение отрицательного ответа и в большинстве случаев предполагает утвердительный ответ [9]. Прогнозирующий потенциал разделительных вопросов сильнее, чем обычных общих вопросов. Если первая часть такого вопроса является утвердительной, а концовка, произносимая с восходящим тоном, отрицательна, это означает, что задающий вопрос ожидает подтверждения. И, наоборот, спрашивающий ожидает ответа «No», если первая часть разделительного вопроса отрицательна, а присоединенная краткая вопросительная конструкция является утвердительной.

Особой разновидностью общего вопроса, весьма распространенной в спонтанной диалогической речи, является так называемый *декларативный вопрос*, т.е. вопрос, построенный без инверсии и имеющий структуру повествовательного предложения. Единственным средством, выражающим значение вопросительности в этом случае, является специфическая вопросительная интонация. Данный тип вопроса употребляется тогда, когда спрашивающий выражает известную степень уверенности в правильности своего предположения и надеется, что собеседник даст утвердительный ответ. Если же общий вопрос без инверсии оформлен отрицательно, то, как правило, ожидается ответная реплика «No».

Специальный вопрос или «вопрос с лексическим пробелом» (термин У. Чейфа) встречается в дискурсе интервью в двух вариациях: открытый и закрытый вопрос. Используя *закрытый вопрос*, который начинается с вопросительного слова «Who...? When...? Where...? Whose...? How long...? How much...? What sort of ...?» и т.п., говорящий акцентирует внимание на отдельных элементах высказывания, причем между вопросом и ответом существует довольно жесткая смысловая и формальная соотнесенность. Как правило, ответы на закрытые вопросы представляют собой эллиптические предложения, состоящие из одного слова или словосочетания, которое, получая наибольшую коммуникативную нагрузку, является ремой ответа. Таким образом, мы видим, что закрытые вопросы обладают достаточно высоким потенциалом предсказуемости: семантика вопросительного слова позволяет однозначно определить функцию искомого компонента ответной реплики, хотя лексическое его заполнение свободно.

Открытый вопрос, или «why-question» и его вариации What about...? How do you know...? What do you think about ...? What makes you think so? What do you personally find offensive on television? и т.п., используется для выяснения точки зрения собеседника и характеризуется широким кругом ответных реплик, поэтому предсказуемость ответа на такой тип вопроса значительно ниже.

Основной коммуникативной целью *альтернативного вопроса* является побуждение собеседника сделать выбор одной (или более) альтернатив, эксплицитно выраженных в вопросе-стимуле. Например:

– So is it the journalists' fault, or is it some sort of editorial control?

– I mean it's not the journalists' fault, I don't think. I mean, newspapers have become much more market-driven, and less of a public service.

Предполагается, что слушающий ответит повторением одного из альтернативных компонентов, поскольку вопрос ограничил его выбор этими двумя ответами. Разумеется, что предлагаемый в вопросе выбор может и не включать ту единицу, которая может быть дана в качестве ответа. Ответная реплика может быть также выражена универсальной фразой-клише «I don't know» или представлять собой отказ, уклонение от прямого ответа.

Гипотетический вопрос строится на основе условных предложений II и III типа и используется в тех случаях, когда интервьюер пытается выяснить у своего собеседника, хотел ли бы он или она изменить что-либо в своей жизни. Например:

– If you could live your life again would you do anything differently?

– No, no – oh well ... I think I might skip a war ... but otherwise – no.

«Зондирующий», или *исследовательский*, вопрос имеет форму косвенного вопроса и направлен на более глубокую проработку темы.

– I wonder what it was in you that ... that enabled you to have that kind of feeling about what business should be.

Наводящий вопрос, или вопрос-подсказка, часто используется интервьюером после открытого вопроса, чтобы направить мысль собеседника в желаемое русло, или когда он видит, что респондент не совсем четко формулирует свою точку зрения.

– (Do you think tabloid journalism has had anything to do with that?) That sort of seeking out of sensationalism, and ephemeral nature of the stories?

Иногда интервьюер пользуется данным типом вопроса, чтобы продемонстрировать, что его ход мысли совпадает с ходом мысли его собеседника, и он может предугадать завершение мысли респондента.

Вопросы являются компонентами заранее спланированного интервьюером сценария, который выстраивается в результате достаточно глубокой проработки проблематики, а также личности респондента. Жанровая специфика диктует, на что будет направлен тематический фокус: на событие (проблемно-аналитическое, информативное интервью); на участника события (интервью-портрет), а возможно в равной степени на то и на другое вместе. Так или иначе, вопросы задают структуру темы интервью.

Для анализа суперструктурной организации дискурса англоязычного интервью важно не только то, какие типы вопросов задаются, но также и то, в какой последовательности они вводятся. Здесь можно выделить три основных способа: цепочная, блочная и циклическая структуры [10].

Цепочная структура организации дискурса используется, когда вопросы вытекают из получаемых ответов и их последовательность становится более жесткой. В отличие от этой достаточно прозрачной в суперструктурном плане схемы часто встречается *блочная структура организации дискурса*, в которой ведущая тема интервью или мегатема разбивается на более мелкие подтемы (топики). Как правило, сначала обсуждаются наиболее острые и важные аспекты проблемы, а затем менее существенные. Например, в интервью-портрете с писателем Абдулрейзаком Гана (Abdulrazak Gurnnah) можно выделить шесть блоков: главные идеи его первых двух романов, степень автобиографичности первого романа, что его мотивирует к написанию книги, как он приступает к написанию новой книги, что ему нравится в творческом процессе создания нового произведения, что доставляет ему удовольствие как читателю. Все эти блоки ассоциативно связаны между собой и подчинены мегатеме интервью – What makes a good writer? *Циклическая структура организации дискурса* используется в том случае, когда интервьюер возвращается к теме, поднятой ранее, и наиболее характерна для блиц-интервью, хотя может встречаться и в других жанровых разновидностях интервью.

Каждое интервью (как, впрочем, и любое другое коммуникативное событие) – явление уникальное, и эта уникальность основана на личностном восприятии информации участниками общения. Поэтому развертывание основного содержания дискурса интервью далеко не всегда происходит строго по одному из вышеуказанных типов структур, что дает нам основание выделить еще один тип – *смешанный*. Например, топик первого блока может быть организован в виде цепочной структуры, топик второго блока – в виде циклической, и т.д. Это происходит потому, что интервьюер считает, что респондент недостаточно полно осветил тот или иной топик, и задает ему различные дополнительные вопросы. В дискурсе англоязычного интервью наиболее часто встречается смешанный тип, так как, несмотря на достаточно глубокую проработку мегатемы интервьюером на подготовительном этапе, невозможно предугадать все ответы предполагаемого собеседника.

Очевидно, что ориентация только на вопросы при анализе суперструктуры интервью не может быть самодостаточной, так как способ организации вопросов влечет за собой и определенный способ подачи ответов. В большинстве случаев ответы респондента развернуты, так как он осознает, что основной целью интервью является получение достоверной и интересной информации из первых уст, и старается восполнить информационный пробел предполагаемого слушателя. Однако не следует забывать, что времени на обдумывание и подготовку ответа у респондента нет, он вынужден реагировать на вопрос мгновенно, спонтанно (так как в лучшем случае он знает лишь ведущую тему), и некоторые вопросы интервьюера могут поставить его в затруднительное положение. Реагирующие реплики могут отличаться усложненным синтаксисом, частичными аграмматизмами [10], перебивками мыслей и ритма, вводными словами и предложениями, незаконченными высказываниями, особыми ритмико-интонационными рисунками и т.п., что значительно осложняет процесс их восприятия и понимания на слух.

Несмотря на усложненную структуру реагирующих реплик, их можно рассматривать как сверхфразовое единство, как и в любом другом тексте, можно выделить логические способы развертывания смыслового содержания: дедуктивный (от основного тезиса к менее важным деталям), индуктивный (от отдельных деталей к основному тезису) и рамочный (где два обобщения обычно в форме перифраза одной и той же ключевой мысли занимают сильные позиции на нижней и верхней границе) [11].

В основе любого текста лежит коммуникативная целеустановка говорящего, формой реализации которой выступает речевое действие. И.А. Зимняя определяет речевое действие как семантическую единицу

речевой деятельности, создающей конечный продукт говорения (текст) и представляющую собой относительно законченное высказывание. Следовательно, текст интервью можно рассматривать как результат речевых действий, следующих в определенной последовательности. Речевые действия представляют собой сложную иерархическую структуру и могут быть объединены в 4 группы:

- первая группа речевых действий передает категориально-познавательную информацию и включает в себя сообщение, описание, утверждение, возражение, повествование (рассказ), запрос информации и т.д.;
- вторая группа речевых действий раскрывает отношение говорящего к предметам, явлениям, людям, о которых он говорит, а также отношение говорящего к своим мыслям, мыслям и поступкам другого человека, т.е. выражает эмоционально-оценочный модус. К данной группе относятся следующие речевые действия: мнение, оценка, одобрение/неодобрение, выражение радости/огорчения и т.п.;
- к третьей группе относятся речевые действия, выражающие побуждение: приказ, команда, запрет, рекомендация, приглашение, просьба, объяснение, предложение и т.п.;
- четвертая группа речевых действий направлена на установление контакта между коммуникантами и включает обращение, приветствие, представление, благодарность, поздравление и т.п.

Наличие речевых действий первых трех групп создает информационную насыщенность текста. В дискурсе интервью возможны различные сочетания речевых действий в зависимости от жанровой разновидности. Доминирующая группа речевых действий определяет интенционально-речевую структуру дискурса интервью. Знание интенционально-речевой структуры и особенностей ее реализации в конкретной жанровой разновидности интервью поможет слушающему определить коммуникативные интенции интервьюера и респондента.

Заключение. Композиционную, логико-смысловую и интенционально-речевую структуры дискурса интервью можно рассматривать как систему ориентиров в процессе восприятия и понимания интервью на слух. На основе этой системы необходимо разработать комплекс упражнений, направленный на выработку у слушающих умений интерпретации дискурса интервью в соответствии с особенностями его структурно-композиционной и логико-смысловой организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Халеева, И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчика) / И.И. Халеева. – М., 1989. – 237 с.
2. Стрельникова, М.В. Национальные особенности речевых жанров телеинтервью в российской и американской коммуникативных культурах: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19 / М.В. Стрельникова. – Воронеж, 2005. – 234 с.
3. Красноперова, Ю.В. Дискурсивные стратегии участников интервью: дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / Ю.В. Красноперова. – Иркутск, 2005. – 250 с.
4. Шевченко, О.А. Когнитивная модель дискурса интервью: дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / О.А. Шевченко. – Тольятти, 2006. – 210 с.
5. Гальскова, Н.Д. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика: учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений / Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез. – М.: Издат. центр «Академия», 2004. – 336 с.
6. Гайда, С. Жанры разговорного высказывания / С. Гайда // Жанры речи: сб. науч. ст. / Саратов. гос. ун-т. – Саратов, 1999. – С. 104 – 118.
7. Долинин, К.А. Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия / К.А. Долинин // Жанры речи: сб. науч. ст. / Саратов. гос. ун-т. – Саратов, 1999. – С. 27 – 36.
8. Харьковская, А.А. Лингвокультурные аспекты аутентичных «портретных интервью» (на материале английских аудио- и видеоинтервью) / А.А. Харьковская // Прагматика форм речевого общения: межвуз. сб. науч. тр. – Самара: СГУ, 2001. – С. 41 – 47.
9. Бузаров, В.В. Круговорот диалогической речи, или взаимодействие грамматики говорящего и грамматики слушающего / В.В. Бузаров. – Ставрополь: Изд-во СГУ, 2001. – 168 с.
10. Мурзин, Л.Н. Текст и его восприятие / Л.Н. Мурзин, А.С. Штерн. – Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1991. – 171 с.
11. Панова, И.И. Восприятие, понимание и реферирование английских текстов: Text Comprehension and Summary Making: учеб.-метод. пособие / И.И. Панова, А.А. Вейзе, А.В. Зубов. – Минск: МГЛУ, 2002. – 215 с.

Поступила 07.03.2007