

ВІСНИК

ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

№ 20 (207) ЖОВТЕНЬ

2010

2010 жовтень № 20 (207)

ВІСНИК

**ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

Частина II

Заснований у лютому 1997 року (27)
Свідоцтво про реєстрацію: серія КВ № 14441-3412 ПР,
видане Міністерством юстиції України 14.08.2008 р.

Збірник наукових праць внесено
до переліку наукових фахових видань України
(філологічні науки)
Постанова президії ВАК України від 18.11.09 № 1-05/5

Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка
(протокол № 3 від 29 жовтня 2010 р.)

Виходить двічі на місяць

Засновник і видавець –
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор – доктор педагогічних наук, професор Курило В. С.

Заступники головного редактора –

доктор педагогічних наук, професор Савченко С. В.

Випускаючі редактори –

доктор історичних наук, професор Бур'ян М. С.,

доктор медичних наук, професор Виноградов О. А.,

доктор філологічних наук, професор Галич О. А.,

доктор педагогічних наук, професор Горошкіна О. М.,

доктор сільськогосподарських наук, професор Конопля М. І.,

доктор філологічних наук, професор Синельникова Л. М.,

доктор педагогічних наук, професор Харченко С. Я.

Редакційна колегія серії “Філологічні науки”:

доктор філологічних наук, професор Єрмоленко С. Я.,

доктор філологічних наук, професор Загнітко А. П.,

доктор філологічних наук, професор Коваль В. І.,

доктор філологічних наук, доцент Лисиченко Л. А.,

доктор філологічних наук, професор Мокієнко В. М.,

доктор філологічних наук, професор Синельникова Л. М.,

доктор філологічних наук, професор Глуховцева К. Д.,

кандидат філологічних наук, доцент Леснова В. В.

РЕДАКЦІЙНІ ВИМОГИ

до технічного оформлення статей

Редколегія “Вісника” приймає статті обсягом 4 – 5 сторінок через 1 інтервал, повністю підготовлених до друку. Статті подаються надрукованими на папері в одному примірнику з додатком диска. Набір тексту здійснюється у форматі Microsoft Word (*.doc, *.rtf) шрифтом № 12 (Times New Roman) на папері формату А-4; усі поля (верхнє, нижнє, правє й лівє) — 3,8 см; верхній колонтитул — 1,25 см, нижній — 3,2 см.

У верхньому колонтитулі зазначається: Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № ** (***), 2009.

Інформація про УДК розташовується у верхньому лівому кутку без відступів (шрифт нежирний). Ініціали і прізвище автора вказуються в лівому верхньому кутку (через рядок від УДК) з відступом 1,5 см (відступ першого рядка), шрифт жирний. Назва статті друкується через рядок великими літерами (шрифт жирний).

Зміст статті викладається за планом: постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми та на які спирається автор; виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується ця стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з цього дослідження й перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Усі перелічені елементи повинні бути стилістично представлені в тексті, але графічно виділяти їх не треба.

Посилання на цитовані джерела подаються в квадратних дужках після цитати. Перша цифра — номер джерела в списку літератури, який додається до статті, друга — номер сторінки, наприклад: [1, с. 21] або [1, с. 21; 2, с. 13–14]. Бібліографія і при необхідності примітки подаються в кінці статті після слова “Література” або після слів “Література і примітки” (без двокрапки) у порядку цитування й оформляються відповідно до загальноприйнятих бібліографічних вимог. Бібліографічні джерела подаються підряд, без відокремлення абзацем; ім'я автора праці (або перше слово її назви) виділяється жирним шрифтом.

Статтю закінчують 3 анотації обсягом 3 – 4 рядків українською, російською та англійською мовами із зазначенням прізвища, ім'я та по-батькові автора, назви статті та ключовими словами (3 – 5 термінів).

Стаття повинна супроводжуватися рецензією провідного фахівця (доктора, професора).

На окремому аркуші подається довідка про автора (прізвище, ім'я, по батькові; місце роботи, посада, звання, учений ступінь; адреса навчального закладу, кафедри; домашня адреса; номери телефонів (службовий, домашній, мобільний).

КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ



ЗМІСТ

Синельникова Л. Н. О содержании этого выпуска.....	6
--	---

КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ И КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. Синельникова Л. Н. PR-коммуникация: векторы системного описания.....	8
2. Джинджолия Г. П. Речевые стратегии современного политического дискурса.....	17
3. Соболева И. А. Русское арго как часть национальной истории и культуры.....	24
4. Розсоха В. А. Цветовая палитра неофразем, или Чёрно-бел ли современный мир?.....	29
5. Ковалёв В. И. Состояние современной речи в Украине: коммуникативно-прагматический и лингводидактический аспекты.....	38
6. Пономарёва Т. А. О феномене интертекстуальности в современном поэтическом дискурсе (на материале поэзии Дмитрия Александровича Пригова).....	48
7. Минаева Э. В. Организация художественного пространства в романе Герберта Уэллса «Машина времени»: концептологический подход.....	56
8. Молодыхенко А. В. Заголовок как смысловой код публицистического дискурса.....	64
9. Грищенко Е. В. Некоторые особенности <i>мы</i> -дискурса в русской философии.....	70
10. Розсоха А. В. Проблемы межкультурной коммуникации в условиях глобализации.....	78
11. Сунь Чжунся Исследовательский сценарий концепта «семья».....	84
12. Чжоу Хунвей <i>Душа и сердце</i> в русской языковой картине мира.....	90

КАФЕДРА ВСЕМИРНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

13. Бахмач В. И. Два голоса: о поэзии Б. Окуджавы и Ю. Визбора.....	94
14. Хабарова И. В. Элементы фольклора, христианских и языческих верований в драматургии Н. Садур.....	104

НАШИ ГОСТИ

15. Данькевич Ю. В., Курило Л. М. (м. Київ) Образ моря в сучасному історичному романі (на прикладі твору Олеся Лупія «Лицарі помсти»).....	110
--	-----

16. **Кошман И. Н.** (г. Луганск, ВНУ им. Владимира Даля) Деидеологизированные украинизмы в русских публицистических текстах..... 113

НОВАЦИИ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

17. **Синельникова Л. Н.** О преимуществах мультимедийной презентации лекционного учебного материала..... 120
18. **Розсоха В. А.** Тестовый формат учебного процесса..... 124
19. **Джинджолия Г. П.** Контрольно-обучающая компьютерная программа по речевой культуре..... 126

ПАМЯТИ УЧЁНОГО, КОЛЛЕГИ, ДРУГА

20. **Синельникова Л. Н.** Слово о Лесе Алексеевне Ставицкой.... 128
21. **Ставицька Л. О.** Соціолінгвістичні дослідження в Інституті української мови..... 129
22. **Соболева И. А.** Размышляя о вкладе Л. А. Ставицкой в славянскую жаргонологию..... 135

РЕЦЕНЗИИ

23. **Синельникова Л. Н.** Т. Н. Астафурова, А. В. Олянич. *Лингвосемиотика власти: знак, слово, текст. Монография. (Волгоград, 2008)*..... 140

ХРОНИКА

24. IX Международная научная конференция «Предъявление мира в гуманитарных дискурсах XXI века» (Луганск, 22.04 — 23.04. 2010)..... 148
25. Областная научно-практическая конференция «Педагогический процесс: коммуникативные стратегии и тактики» (Луганск, 30.03. 2010)..... 150
- Відомості про авторів**..... 157

УДК 811.161.1'42:32

Г. П. Джинджолия

РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Стратегия — характеристика когнитивного плана общения, непосредственно связанная с целями взаимодействия. Актуальность термина «речевая стратегия» в лингвистике сопровождается отсутствием общепринятой интерпретации.

«Заимствованное прагматикой из военного искусства понятие стратегии опирается не на кооперацию, а на победу, которая понимается как результативное воздействие на слушателя, как трансформации его модели мира в желательном для говорящего направлении» [1, с. 293].

А. К. Михальская, основывая свое определение коммуникативной стратегии на понятии выбора, выделяет две глобальные коммуникативные тенденции: к сближению и к индивидуальности. «Предпочтение (выбор) одной из возможных тенденций ... и проявление этого предпочтения в речевом общении назовем коммуникативной стратегией» [2, с. 98].

В русле прагмалингвистического подхода стратегия определяется как цепочка решений говорящего, «совокупность определенных речевых действий» [3, с. 58].

С позиций когнитивного подхода О. С. Иссерс понимает под коммуникативной стратегией «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей», который «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» [1, с. 54]. Стратегии и тактики речевого поведения непосредственно связаны с основными этапами речевой деятельности — планированием и контролем, поэтому стратегия представляет собой «когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнёра» [1, с. 100].

В психолингвистике под стратегией понимается «способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом, интенцией коммуниканта» [4, с. 85], «осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия», «развернутая во времени установка субъекта на общение» [5, с. 178]. В широком смысле коммуникативная стратегия понимается как сверхзадача речи, диктуемая практическими целями говорящего [4].

При определении стратегии, как видим, учитываются такие характеристики, как зависимость выбора стратегии от цели и коммуникативного намерения, а также зависимость от ситуации.

Под речевой стратегией мы будем понимать обобщенную комплексную установку представления элементов информации с учетом дифференцированного отношения субъекта речи к другим феноменам информационной деятельности.

Исследователи называют различные виды речевых стратегий в разных дискурсах, в том числе в политическом: дискурсивные, стилистические, семантические, прагматические, риторические, диалоговые и т. д.

Е. И. Шейгал выделяет в политическом дискурсе следующие виды стратегий: стратегия вуалирования, затушевывания нежелательной информации (позволяет притушить, сделать менее очевидными неприятные факты); стратегия мистификации (сокрытие истины, сознательное введение в заблуждение); стратегия анонимности (деперсонализации) как прием снятия ответственности [6].

О. С. Иссерс в работе «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» выделяет речевые стратегии самопрезентации, семантические речевые стратегии, аргументативные стратегии, стратегии дискредитации, манипулятивные стратегии, стратегии речевых действий [7].

Ю. М. Иванова, исследуя политический дискурс США, выделяет варьирующую, аддитивную и интродуктивную стратегии [8].

Цель статьи — рассмотреть основные типы речевых стратегий и их содержательное воплощение.

По мнению Т. А. ван Дейка, «дискурс не состоит из изолированных предложений», а структурный анализ дискурса не может сводиться к описанию «фонологических, морфологических, синтаксических или семантических структур изолированных слов, словосочетаний или предложений». Дискурс «не является лишь изолированной текстовой или диалогической структурой. Дискурс является сложным единством языковой формы, значения и действия, которое может быть охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события. Говорящий и слушающий, их личностные и социальные характеристики, другие аспекты социальной ситуации, несомненно, относятся к данному событию» [9, с. 113—126].

Политический дискурс представляет собой вербальную коммуникацию, в которой отправитель и получатель наделяются социальными ролями по их участию в политической жизни и предметом общения является политическая жизнь социума [9].

Основной функцией политического дискурса является его использование в качестве инструмента политической власти (борьба за власть, овладение властью, ее сохранение, осуществление, стабилизация или перераспределение).

В рамках инструментальной функции выделяют следующие функции:

1) социального контроля (создание предпосылок для унификации поведения, мыслей, чувств и желаний большого числа индивидуумов, т. е. манипуляция общественным мнением);

2) легитимизация власти (объяснение и оправдание решений относительно распределения власти и общественных ресурсов);

3) воспроизводства власти (укрепление приверженности системе, в частности, через ритуальное использование символов);

4) ориентации (через формулирование целей и проблем, формирование картины политической реальности в сознании социума);

5) социальной солидарности (интеграция в рамках всего социума или отдельных социальных групп);

6) социальной дифференциации (отчуждение социальных групп);

7) агональную (иницирование и разрешение социального конфликта, выражение несогласия и протеста против действий властей);

8) акциональную (проведение политики через мобилизацию или «наркотизацию» населения: мобилизация состоит в активизации и организации сторонников, тогда как под наркотизацией понимается процесс умиротворения и отвлечения внимания, усыпления бдительности);

9) распространение информации;

10) определение повестки дня;

11) проекция в будущее и прошлое [6].

Речевые стратегии самопрезентации воплощаются в названиях политических партий, в языковых ролевых образах субъектов политической деятельности, в обращении к оппозициям повседневного и политического сознания. В политическом дискурсе центральной фигурой является отправитель — субъект политической деятельности. Для успеха политической деятельности исключительно важным является коммуникативный образ политика. Он формируется на основе речевых стратегий самопрезентации. К ним относятся выбор названия политической партии, коммуникативный имидж политика, оппозиции сознания.

Выбирая название партии, определяя речевое поведение, апеллируя к стереотипам бытового и политического мышления, субъект политической деятельности мысленно моделирует образ получателя, выявляет притягательные для получателя концепты (идеологические, ценностные, концепты профессиональной деятельности, концепты Украины, региона и народа, темпоральные концепты) и вводит их названия в состав речевых стратегий самопрезентации.

Основными ролевыми образами субъекта политической деятельности являются образы *мудрого вождя* (составляющие микророли: *волшебник* и *знайка*), *патриота*, *сильной руки* (составляющие микророли: *хозяйственник*, *защитник*, *обличитель*). В

основе воздействия ролевого образа *волшебника* лежат стереотипы сознания: добро всегда побеждает зло, и действия волшебника лежат за гранью рационального объяснения.

Коммуникативно успешная микророль *я свой — я среди вас* присутствует в ролевом образе *патриота*. Ролевой образ строится на представлении политика как обычного человека, близкого потенциальным избирателям. Основа успешности данного образа — единство интересов и жизненных устремлений получателя и отправителя.

В речевых стратегиях самопрезентации участвуют следующие оппозиции сознания: *свой — чужой* (целеустановка — поиск внутреннего врага), *борьба идеологий* (целеустановка — демонстрация уникальности и непогрешимости собственной идеологии), *возрождение прошлого — поиск нового пути* (целеустановка — отказ от ответственности за прошлые политические действия), *политик — высшая власть* (целеустановка — идентичность устремлений избирателя и политика).

Семантические стратегии. По Т. А. ванн Дейку, семантическая связность «зависит от наших знаний и суждений о том, что возможно в этом мире» [9, с. 127].

Семантическая связность политического дискурса во многом определяется тем, что в нем используется определенный набор идеологем. Идеологема — языковая единица, семантика которой покрывает идеологический денотат или наслаивается на семантику, покрывающую денотат неидеологический [10]. К семантическим стратегиям можно отнести использование лексем, связанных с традиционными идеологемами политического дискурса и их переосмыслением (*народ, партия, власть, свобода, патриотизм*), а также новыми идеологемами сознания (*честность, порядочность, достоинство, благополучие*). Традиционные и новые идеологемы различаются по частоте использования, по степени лексического разнообразия, по избирательности обращения к ним в зависимости от субъекта политической деятельности. Если традиционные идеологемы являются концептами общественно-политического сознания, то новые идеологемы относятся к частному миру человека, его психологическим характеристикам, его представлениям о достойном существовании. Интимизация политического дискурса — семантическая стратегия, направленная на то, чтобы в сознании адресата сложилось представление: субъект политической деятельности имеет ту же систему ценностей, что и адресат.

В современном политическом дискурсе представлены следующие аргументативные стратегии:

— определение проблемной ситуации, формулируемой как необходимость перемены власти;

— выбор способа достижения результата, каковым является объявление себя действенной силой, способной изменить власть;

— выбор действия, которое носит созидательный характер (*мы готовы отстаивать идеалы; мы будем добиваться победы; изменить антинародный курс политики*);

— определение конечного результата (таковым может считаться либо получение власти, либо возможность воздействовать на власть).

Аргументация задействует риторические фигуры. Логика аргументирования зачастую лишь имитируется и не соответствует требованиям формальной логики построения логических конструкций, что позволяет оценивать политическую аргументацию не по шкале логичность / алогичность, а по шкале действительность / недействительность. Имитируется темпоральная и каузальная последовательность, привлекаются доводы, рассчитанные на неосведомленность читателя.

Цель стратегии дискредитации — подорвать доверие к политическому оппоненту, унизить его, опорочить, очернить. Дискредитация включает приемы обвинения и оскорбления, для которых характерно употребление номинаций с резко отрицательной окраской, оценочных эпитетов с отрицательным компонентом значения, ярлыков, метафор с негативной оценкой. Стратегия дискредитации является проявлением речевой агрессии.

Под манипуляцией мы понимаем «вид психологического воздействия, при котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» [2]. Основными составляющими манипулятивной стратегии являются сокрытие и искажение информации, гиперболизация, «поспешное» обобщение. Л. Н. Синельникова пишет: «Манипулятивная страсть закрепляет ложь, обман как состояние сознания и рождает обилие уловок, подрывающих истину в дискурсе». Высказывания с сомнительным истинностным значением типичны для манипулятивных дискурсов, «включающих допущения, догадки, предположения, подаваемые в модальности твердого знания, которое, естественно, нельзя верифицировать... Здесь и игнорирование очевидных противоречий, произвольность критериев достаточности доказательства, стремление любой ценой занять доминирующее положение, перекрыть аргумент пререканием или даже оскорблением, навязать собственную оценку и мн. другое, отвергаемое античной риторикой. Нормой становится использование ложных посылок (нарушение максимы истинности) перенос аргумента с предмета на личность (нарушение максимы такта), подмена тезиса вплоть до разрушения аргументативного процесса» [11, с. 186].

Стратегии, относящиеся к речевым действиям участников коммуникации. В современном политическом дискурсе преобладают

репрезентативы с нечетким истинностным значением (субъективным, сомнительным, размытым).

Политический дискурс искусно манипулирует с самим понятием истины, выдавая субъективное за объективное. В этот процесс включаются и комиссивы, в которых даются обещания и обязательства исполнить желательное для адресата действия. В комиссивах могут приводиться расчеты и краткие изложения законопроектов. Однако подобные комиссивы нельзя считать экономически обоснованными. Они остаются комиссивами для «принятия на веру».

Директивы представляют собой излюбленный речевой акт политического дискурса. Они производят эффект гипнотического внушения и подталкивания адресата к принятию желаемого решения (*Нас поддерживают порядочные люди. Присоединяйтесь к нам!*). Директивы могут быть адресованы политическому оппоненту.

Все речевые стратегии современного политического дискурса действуют в одном направлении: оказать воздействие на адресата, убедить принять решение, нужное для субъекта политической деятельности. Современный политический дискурс находится в динамике; он остро реагирует на изменения в политической жизни общества.

Речевые стратегии взаимодействуют между собой. Семантические стратегии являются «проникающими», они включаются в другие виды стратегий. Аргументативные стратегии и стратегии речевых действий объединяются в отношении к понятию истинности. Логическая аргументация уступает место риторической, а четкое истинностное значение уступает место нечеткому. Стратегии самопрезентации определяют выбор риторических стратегий и стратегий речевого действия.

Литература

- 1. Иссерс О. С.** Коммуникативный успех как прогнозируемая категория // Культурно-речевая ситуация в современной России / О. С. Иссерс. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. — 379 с.
- 2. Михальская А. К.** Основы риторики / А. К. Михальская. — М. : Дрофа, 1996. — 496 с.
- 3. Труфанова И. В.** О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // Филологические науки. — 2001. — №3. — С. 56—65.
- 4. Борисова И. Н.** Категория цели и аспекты текстового анализа // Жанры речи / И. Н. Борисова. — Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. — С. 81—97. — (Вып. 2).
- 5. Веретенкина Л. Ю.** Стратегии, тактики и приемы манипулирования // Лингвокультурологические проблемы толерантности / Л. Ю. Веретенкина. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2001. — С. 177—179.
- 6. Шейгал Е. И.** Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — М. : ИТДК «Гнозис», 2004. — 326 с.
- 7. Иссерс О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской

речи / О. С. Иссерс. — М. : ИТДК «Гнозис», 2006. — 326 с. **8. Иванова Ю. М.** Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук / Ю. М. Иванова — Волгоград, 2003. **9. Дейк Т. А. ван.** Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ванн Дейк. — М. : Прогресс, 1989. — 312 с. **10. Купина Н. А.** Тоталитарный язык. Словарь и речевые реакции / Н. А. Купина. — Екатеринбург-Пермь : Изд-во Урал. ун-та, 1995. — 420 с. **11. Синельникова Л. Н.** Современный «черный пиар» как манипулятивный дискурс / Л. Н. Синельникова // Жизнь текста, или Текст жизни : в 3-х т. — Луганск : Знание, 2005. — Т. 3. — С. 182—189.

Джинджолия Г. П. Мовленнєві стратегії сучасного політичного дискурсу.

У статті розглядаються основні типи й функції мовленнєвих стратегій сучасного політичного дискурсу.

Ключові слова: мовленнєва стратегія, дискурс, політичний дискурс, політична комунікація, мовленнєва поведінка.

Джинджолия Г. П. Речевые стратегии современного политического дискурса.

В статье рассматриваются основные типы и функции речевых стратегий современного политического дискурса.

Ключевые слова: речевая стратегия, дискурс, политический дискурс, политическая коммуникация, речевое поведение.

Dzhindzholiya G. P. Speech strategies of modern political discourse.

The article considers the main types and functions of speech strategies of modern political discourse.

Key words: speech strategy, discourse, political discourse, political communication, speech behavior.

Наукове видання

ВІСНИК
Луганського національного університету
імені Тараса Шевченка
(філологічні науки)

Частина II

Відповідальний за випуск:
Розсоха В. О.

Коректори:
Мінаєва Е. В., Пономарьова Т. О.

Здано до склад. 29.09.2010 р. Підп. до друку 29.10.2010 р.
Формат 60x84 1/8. Папір офсет. Гарнітура Times New Roman.
Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 18,60. Наклад 200 прим. Зам. № 155.

Видавець і виготовлювач
Видавництво Державного закладу
„Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”
вул. Оборонна, 2, м. Луганськ, 91011. Тел./факс: (0642) 58-03-20.
e-mail: alma-mater@list.ru
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3459 від 09.04.2009 р.