

навчання з проблемно-ситуативним підходом мають можливість потренувати практичне застосування знань у певних ситуаціях (наближених до реальних), а викладач може зробити акцент на викладі матеріалу, що знадобиться їх у майбутній професійній діяльності [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Англійська мова спеціального вжитку в Україні (ESP). Допроєктне дослідження. – К.: Ленвіт, 2000. – 124 с.
2. Петранговська Н.Р. Сучасні вимоги до професійної підготовки фахівця немовного профілю в рамках Загальноєвропейських Рекомендацій з іноземної мови у немовних вищих навчальних закладах // Вісник Житомирського університету. – 2004. – Випуск 19. – с.202-207
3. Dudley Tony. Developments in English for Specific Purposes. – C.U.P., 2003
4. Скляренко Н.К. Сучасні вимоги до вправ для формування іншомовних мовленнєвих навичок та вмінь // Іноземні мови. – 1999. – №3. – С.28-31
5. Littlewood W. Communicative Language Teaching. – C.U.P., – 1991. – 108 p.

Л. А. Артамошкіна

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент

О. М. Мосейчук

Основні тактики та стратегії англomовного передвиборчого дискурсу

В сучасній лінгвістиці комунікацію розуміють як мовну реалізацію інтенції її учасниками: інтенцію самопрезентації, залучення уваги, аналізу ситуації і т.д. Це дає можливість реконструювати інтенції по мовному вкладу того, хто говорить. При дослідженні дискурсу в мовознавстві, ще не досягнуте загальноприйняте розуміння суті інтенції, не вироблені чіткі методики їх проведення. Будучи когнітивно-комунікативним феноменом, дискурс притягає для свого аналізу

міждисциплінарні методи, серед яких заслуговує на увагу інтен-аналіз, – відносно новий напрям в дискурсивних дослідженнях, обґрунтований в роботах соціальних психологів і філософів і вживане в соціології масової комунікації, і поєднане з аналізом стратегій і тактик дискурсу.

Мета даної статті – розгляд вербальних стратегій передвиборчого дискурсу з точки зору кластера інтенції політиків-республіканців, претендентів на вищі державні пости США, а її об'єктом є система стратегічного і тактичного репертуару республіканців, що базується на матеріалах їх публічних виступів.

Іntenціональна спрямованість дискурсу знаходиться в центрі уваги прагмалінгвістики, когнітивістики, психолінгвістики. Іntenціональні стани характеризуються, за Дж. Серлю, як фундаментальні і цілісні властивості свідомість, нероздільні на простіші елементи [4:123]. Втілені вербально, інтенції реалізуються через певні стратегії і тактики дискурсу. Останнім часом вони знаходяться під пильною увагою дослідників мовних актів [1], близьких до них мовних жанрів [5;6], комунікативних тактик і т. д.

При продукуванні і розумінні тексту у комуніканта формується ментальна модель обговорюваної ситуації. Така модель містить в собі інформацію про поточну дійсність, події, учасників, а також знання про світ, що утворюють загальний контекст. Модель може бути як статичною, ґрунтованою на минулому досвіді, і відповідати відомим фактам і політичним подіям, так і динамічною і складатися відповідно до поточної ситуації [5:69]. Звичайно це змішана модель, коли минулий досвід включається в розуміння і осмислення поточних подій. Важливу роль в моделі грає інтенція, що мотивує мовну поведінку. Використання поняття моделі дозволяє в теоретичному плані концептуалізувати зв'язок між ментальним уявленням дійсності і передачею цього бачення в дискурсі. Зокрема, дає можливість показати теперішній момент інтенціонального стану комуніканта, яке знаходить своє відображення в дискурсі в усній і письмовій формах.

Іntenції комуніканта-суб'єкта передвиборчого дискурсу формують стратегії його мовної поведінки, які, реалізуються

певними дискурсивними тактиками. При аналізі дискурсу як когнітивно-комунікативного феномену стратегію справедливо вважати характеристикою когнітивного плану спілкування, яка "контролює оптимальне рішення системи завдань гнучким і локально керованим способом" [1:274]. О. С. Іссерс виділяє основні стратегії – семантичні (когнітивні), а також допоміжні стратегії – прагматичні, діалогові і риторичні [3:109]. Досліджуваний матеріал зумовив відмову від різкого розділення мовних стратегій на допоміжні і основні і дозволив виділення переважно когнітивно-інформативних і прагматичних стратегій.

Серед стратегій передвиборчого дискурсу, наприклад, республіканців найбільш помітні наступні провідні стратегії:

1. Стратегія самопрезентації – створення власного позитивного іміджу;
2. Стратегія дискредитації опонента;
3. Стратегія змістовного аналізу і оцінки ситуації;
4. Стратегія самозахисту;
5. Стратегія спонукання і маніпулювання.

Серед них стратегії (1) – (4) являються переважно когнітивно-інформативними, а стратегія (5) – переважно прагматичною, хоча таке розділення умовне в силу взаємного проникнення і накладення інтенцій що лежать в їх основі. Тактики, якими безпосередньо реалізуються ці стратегії, різноманітні і залежать як від жанру дискурсу, так і від конфігурації інтенцій, наявних у конкретного суб'єкта дискурсу у визначеній ситуації.

Зокрема, когнітивно-інформативні стратегії самопрезентації нерідко реалізуються тактиками (1a) самовихваляння, (1b) конструювання над мети (1c) позитивного позиціонування і використання колишніх заслуг – тактика «від досягнутого результату» [7]:

(1a) «*BUSH: I believe I'm going to win, because the American people know I know how to lead*»;

(1b) «*BUSH: We will continue to stay on the offense. We will fight the terrorists around the world so we do not have to face them here at home...And we'll continue to spread freedom*»;

(1c) «*BUSH: I've shown the American people I know how to lead. If America shows uncertainty or weakness in this decade, the world will drift toward tragedy. That's not going to happen, so long as I'm your president*».

Відмічені тактики відрізняються від м'якшої форми самовихваляння сенатора Керрі, що називає кращим не себе, а інші об'єкти (непряме самовихваляння): «*I can make American safer than President Bush has made us. I have a better plan for homeland security. I can do a better job in Iraq*».

Улюбленими прийомами реалізації стратегії дискредитації опонента в передвиборчому дискурсі республіканців являються тактики прогнозування майбутніх помилок конкурента – створення «негативних міток» шляхом попередження електорату про їхні прорахунки. Маркерами цієї тактики в передвиборчому дискурсі служать дієслова теперішнього і майбутнього часу, модальні конструкції, наприклад, Буш звинувачує Керрі в зміні позиції з приводу війни в Іраку:

(2) «*BUSH: You cannot lead the war on terror if you keep changing positions on the war on terror and say things like. Well, this is just a grand diversion*».

Для реалізації стратегії змістовного аналізу і оцінки ситуації характерні тактики деталізації (3a) або генералізації (3b):

(3a) «*BUSH: And when Iraq is free,*(3b) *America will be more secure*».

Стратегія самозахисту нерідко вербалізується (4a) тактикою переадресації удару або тактикою превентивного нападу та ін., наприклад, у відповідь на звинувачення Керрі у розв'язуванні війни в Іраку Буш нагадує конкурентові про його власну позицію:

(4a) «*BUSH: First of all, what my opponent wants you to forget is that he voted to authorize the use of force and now says it's the wrong war at the wrong time at the wrong place*».

Серед найбільш вживаних тактик, реалізуючих прагматичну стратегію – тактика посилення мотивації голосування виборців шляхом їх об'єднання проти загального ворога (5a) (напр.: "дружити проти когось", "якщо ворога нема – його треба придумати" [5:24]). Маркерами цієї тактики в дискурсі служать прямі номінації загального ворога і займенники першої особи множини, займенники типу *everyone, everybody*:

(5a) «*BUSH: There are 100,000 troops trained, police, guard, special units, border patrol. There's going to be 125,000 trained by the end of this year. Yes, we're getting the job done. It's hard work. Everybody knows it's hard work, because there's a determined enemy that's trying to defeat us*».

Маніпулятивно-впливовою є тактика "негайного результату" (5b), спрямована на посилення мотивації голосування шляхом використання прагнення виборців отримати результат відразу після виборів. Маркером цієї тактики служать дейктики часу і місця *now, soon, here*, вирази типу *as soon as, in your native city etc.*:

(5b) «*BUSH: But, again, I want to tell the American people, we're doing everything we can at home, but you better have a president who chases these terrorists down and bring them to justice before they hurt us again*».

Виділені стратегії і тактики передвиборчого дискурсу служать цілям втілення різних базових інтенцій того, хто говорить, які здатні реалізуватися не відособлено, а у вигляді кластера: самопрезентація + оборона, самопрезентація + залякування і т.д. Як показує система тактик і стратегій дискурсу, що реалізуються ними, "будь-яка таксономія буде за потребою вибірковою і частково довільною поділом безлічі можливостей" [2:371].

Підводячи підсумки, слід зазначити, що інтенції лежать в основі ментальної моделі дискурсу, зокрема, передвиборчий дискурс демонструє наявність нежорстких паралелей і зв'язних типів інтенціональних станів і типів мовних стратегій і тактик їх вербалізації в дискурсі, причому інтенції мають тенденцію реалізуватися у вигляді кластера. Зроблений інтент-аналіз передвиборчого дискурсу має перспективне продовження у напрямі контент-аналіза передвиборчого дискурсу республіканців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
2. Дементьев В. В. Фактические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции:

проблемы коммуникативной компетенции и типологии речевых жанров / В. В. Дементьев // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С.34-43.

3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. / О. С. Иссерс. – М.: УРСС, 2002. – 284 с.

4. Серль Дж. Природа интенциональных состояний / Дж. Серль. – М., 1987. – С.96-126.

5. Фаер С. Приемы, стратегии и тактики предвыборной борьбы: PR-секреты общественных отношений. / С. Фаер – К.: Ин Юре, 2001. – 136 с.

6. Федосюк М. Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи / М. Ю. Федосюк // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С.66-87.

7. Commission on Presidential Debates, 09.30.2004 – Режим доступа: <http://www.debates.org>

Галина Аузяк

Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича

Науковий керівник: професор, декан факультету іноземних

мов ЧНУ В. І. Кушнерик

Сполучуваність німецьких прикметників з іменниками на синтагматичному та парадигматичному рівнях

Світовий лінгвістичний досвід сформував систему знань про теоретичні засади, закони та принципи сполучуваності лексичних одиниць, що висвітлено у працях В.Г.Адмоні, В.В.Виноградова, Ю.Д.Апресяна, Г.О.Винокура, В.А.Звегінцева, М.М.Копиленка, Є.Д.Поліванова, Ю.С.Степанова та ін.

Основну мету роботи зосереджено на визначення гендерних особливостей сполучуваності прикметників з іменниками у художніх творах Д. Візер, Е. Гільзенрата, А. Зегерс та Т. Манна, що передбачає розкриття синтагматичних та парадигматичних відношень. Під синтагматичними відношеннями в лексичі розуміємо слідом за відомими лінгвістами лексичну сполучуваність, тобто здатність слова сполучатися з іншими словами та як такі, що відбивають характер мовлення, тобто ті обставини, які утримують слово в оточенні інших слів.