

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
КАФЕДРА ДІЛОВОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ТА ПЕРЕКЛАДУ

МАТЕРІАЛИ
IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
**КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ
ДОСЛІДЖЕННЯ
ПРОФЕСІЙНИХ ДИСКУРСІВ**

22 БЕРЕЗНЯ 2014 Р.

Харків 2014

Затверджено рішенням
Вченої ради факультету іноземних мов
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.
(протокол № 2 від 22 лютого 2014 р.)

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМПІТЕТ

В.Г. Пасинок, доктор педагогічних наук, професор
І.С. Шевченко, доктор філологічних наук, професор
Н.М. Старцева, кандидат філологічних наук, доцент
О.В. Драчук (відповідальний секретар)

Матеріали IV міжнародної наукової конференції «Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів». – Харків : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2014. – 120 с.

Збірка містить матеріали IV міжнародної наукової конференції «Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів», присвяченої лінгвокогнітивним та прагматичним студіям, дослідженню мов професійного спілкування, когнітивним проблемам перекладу і викладанню іноземних мов. Тези доповідей, представлених у збірці, мають на меті сприяння розвитку вітчизняної лінгвістики, зокрема, її когнітивно-дискурсивної парадигми.

Для лінгвістів, викладачів, аспірантів, пошукачів.

Адреса редакційної колегії:

61022, Харків, майдан Свободи, 4
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Тел.: (057) 707-51-44

Тези розповсюджуються в електронному вигляді

© Харківський національний
університет імені В.Н. Каразіна, 2014

ЗМІСТ

Т.А. Безугла ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ АНГЛО- ТА НІМЕЦЬКОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ	8
Л.Р. Безуглая К РАЗГРАНИЧЕНИЮ ДИСКУРСИВНЫХ И ТЕКСТОВЫХ КАТЕГОРИЙ	10
О.Д. Бикова РЕКЛАМНИЙ СЛОГАН ЯК ЕЛЕМЕНТ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ: ТРАНСЛЯТОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД	12
Л.Я. Брославська WAR ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ КОНЦЕПТІВ У ПРОФЕСІЙНОМУ ДИСКУРСІ Е. ҐЕМІНГВЕЯ	15
О.У. Vakhovskaya FROM LANGUAGE STUDIES TO THE LANGUAGE CLASSROOM	19
С.К. Гаспарян, А.Т. Князян ГЕНДЕРНЫЕ КОГНИТИВНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В ПЕЧАТНЫХ СМИ	22
В.А. Дорда, М.В. Пономаренко СТАТУС МОРФЕМНЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ НЕГАЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ	25
А.В. Зінченко ПРАГМАТИЧНІ ПОТЕНЦІЇ КВАНТИТАТИВІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	28

И.В. Змиёва ДИСКУРС В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ	31
А.Б. Калюжная СРЕДСТВА АКТУАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПРИЗНАКОВ КОНЦЕПТА <i>ТАЙНА</i> В ДЕТЕКТИВНОМ ДИСКУРСЕ	33
М.В. Карпусенко ВОСПРИЯТИЕ ВРЕМЕНИ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ (на материале англо-американской традиции)	36
В.А. Кашкарёв КОНЦЕПТ <i>ВЕРА</i> В РЕЛИГИОЗНОМ И СВЕТСКОМ ДИСКУРСАХ	38
В.С. Куліш АВТОРСЬКА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОЕТИЧНИХ ОБРАЗІВ МОВЧАННЯ (на матеріалі поетичного дискурсу корелюючих мов)	42
И.А. Куприева ДИСКУРС КАК СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГЕШТАЛЬТОВ	45
А.В. Лещенко ТЕКСТ И / ИЛИ ДИСКУРС?	48
Я.Н. Литовченко МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ПЕРЕВОД КАК ИГРА	51
Я.Ю. Манжос СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ АНГЛОМОВНОЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ	53

V.V. Mykhaylenko ON THE WAY TO PROFESSIONAL DISCOURSE	56
О.В. Михайлова ЖАНРОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЮРИДИЧНОГО ДИСКУРСУ	59
Н.А. Олейник ВЕЛИКАЯ ДЕПРЕССИЯ КАК ПРОТОТИП КАТЕГОРИИ <i>КРИЗИС</i>	63
Л.М. Писаренко ОСОБЛИВОСТІ ДИСКУРСУ ПОЛІТИЧНОГО ТОК-ШОУ	66
А.А. Прокопенко РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ	69
И.В. Рябенская ПЕСЕННЫЙ ДИСКУРС: ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ СОСТАВЛЯЮЩИХ	72
Л.М. Рябих ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМАЛЬНИХ ЖАНРОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ МОНОЛОГІЧНОГО БЛОКУ АМЕРИКАНСЬКОЇ АКАДЕМІЧНОЇ ЛЕКЦІЇ	75
И.А. Семёнкина АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЙ ДИСКУРС КАК ОБЪЕКТ ТРАНСФОРМАЦИИ	76
Т.А. Скрябина, А.А. Сторчеус ИЗ ОПЫТА СОЗДАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО МЕДИАСЛОВАРЯ МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ- МЕДИКОВ К КЛИНИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ	80

И.Р. Сапрун, Н.Н. Старцева ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА <i>БИЗНЕСМЕН</i>	83
Ю.В. Судус СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ АНГЛОМОВНОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ	87
Л.В. Терехова ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ГАЗЕТНОГО МАКРОТЕКСТА	91
Т.М. Тимошенко ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОККАЗИОНАЛИЗМЫ КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРИЕМ И СРЕДСТВО ЭКОНОМИИ РЕЧЕВЫХ УСИЛИЙ	94
И.Ф. Ухванова, А.В. Григорович ЛИНГВИСТИКА ЯЗЫКА, РЕЧИ, ДИСКУРСА: ПРЕДМЕТ ИЗУЧЕНИЯ	97
І.О. Ходос ЛІНГВОПОЕТИЧНИЙ АЛГОРИТМ ІДІОДИСКУРСУ С. ФІЦДЖЕРАЛЬДА	100
И.В. Чекулай, О.Н. Прохорова МЕСТО ДИСКУРСА В СИСТЕМЕ ЯЗЫКА И РЕЧИ	103
Ю.Ю. Шамаева ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КАТЕГОРИАЛЬНО-МОДУСНОЙ ЕДИНИЦЫ МАТРИЧНОГО ЗНАНИЯ <i>ЭМОЦИЯ</i> В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИСКУРСАХ	106

6. Ilie C. Semi-institutional Discourse: The Case of Talk Shows / C. Ilie // Journal of Pragmatics. – 2001. – № 33(2). – P. 209–254.
7. Ilie C. Talk Shows / C. Ilie // Encyclopedia of Language and Linguistics 2nd Edition. – Oxford: Elsevier. – 2006 – Vol. 12. – P. 489–494.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

А.А. Прокопенко (Еременко)

Политический дискурс является одним из востребованных профессиональных видов дискурса для современного лингвиста. Применение имеющихся результатов исследований политического дискурса [1–3] к сфере предвыборной коммуникации, позволило выделить основные речевые стратегии, использованные субъектами политического и предвыборных дискурса США. К ним относятся: стратегии ориентации (стратегия самопрезентации политиков и информационно-интерпретационная стратегия), стратегии убеждения (аргументативная и агитационная стратегии), конфронтационная стратегия и интеграционная стратегия.

Для достижения цели предвыборного дискурса коммуниканту необходимо убедить адресную аудиторию в истинности постулируемых им положений и ценности именно его профессионального и личного опыта для решения важных политических, экономических и социальных задач. Результаты нашего исследования показывают, что наиболее эффективными *стратегиями убеждения*, способными привлечь избирателей на сторону субъекта предвыборной коммуникации, являются аргументативная и агитационная стратегии. Аргументативная стратегия представлена *тактикой контрастного анализа, тактикой указания на перспективу, тактикой иллюстрирования*. Специфическими тактиками агитационной стратегии являются *тактика обещания и тактика призыва* [4].

Таким образом, для реализации стратегии самопрезентации Б.Х. Обама не использует тактику *самооправдания*, чем снимает с себя ответственность за создание обсуждаемых проблем. Для реализации информационно-интерпретационной стратегии политик

активно использует тактику акцентирования негативной информации, критически оценивая как существующее положение в экономической, политической и социальной сфере, так и возможные перспективы развития, ожидаемые в том случае, если существующий в странах политический курс не будет изменен:

And I believe this is a final verdict on the failed economic policies of the last eight years, strongly promoted by President Bush and supported by Sen. McCain, that essentially said that we should strip away regulations, consumer protections, let the market run wild, and prosperity would rain down on all of us. [3]

But let's go back to the original point. John, nobody is denying that \$18 billion is important. And, absolutely, we need earmark reform. And when I'm president, I will go line by line to make sure that we are not spending money unwisely [1].

Особенности коммуникативной задачи, решаемой в рамках конкретной речевой тактики, также влияют на выбор реализующих ее языковых средств. В то же время, одна и та же тактика часто имеет специфическое речевое воплощение у каждого коммуниканта, подчеркивая особенности отдельных поддискурсов. Проиллюстрируем это наблюдение на примере реализации одной из наиболее характерных тактик предвыборного дискурса – *тактики обещания*, относящейся к агитационной стратегии [4].

В предвыборном дискурсе анализируемой тактике отводится роль ориентира, помогающего избирателям сформировать электоральное решение на основании оценки и сопоставления программных обещаний коммуникантов, что предполагает употребление глагольных форм будущего времени и лексем с семантикой обещания. Однако анализ фактического материала исследования позволил отметить интересную закономерность: в речевых произведениях коммуникантов лексические единицы со значением обещания используются только применительно к программным заявлениям оппонентов; о собственных планах политики предпочитают говорить как о программных шагах ближайшей перспективы. На наш взгляд, подобное единодушие субъектов предвыборного дискурса не случайно: такой подход к реализации тактики обещания можно расценивать как стратемикий прием, обладающий манипулятивным потенциалом и убеждающий избирателей в том, что все пункты предвыборной программы

кандидата будут обязательно выполнены в случае, если избиратели проголосуют именно за него. Тем не менее, в каждом отдельном случае нам удалось выявить специфические особенности актуализации данной тактики [4].

В американском предвыборном дискурсе языковыми маркерами тактики обещания являются лексические единицы со значением обещания (“*promise*”) и предложения условного типа (*if*):

The basic American promise that if you worked hard, you could do well enough to raise a family, own a home, send your kids to college, and put a little away for retirement...[2]

Особого внимания заслуживает тот факт, что для введения условных придаточных предложений коммуниканты используют союз “*when*” / “*когда*”, а не союз “*if*” / “*если*”, что, на наш взгляд, в большей степени соответствует анализируемой коммуникативной ситуации. В то же время подобное грамматическое решение можно рассматривать и как еще один способ имплицитного воздействия на сознание адресата:

And when I’m president, I will go line by line to make sure that we are not spending money unwisely [1].

Дальнейшее изучение различных стратегий, а также реализующихся на их фоне тактик политического дискурса представляет широкую перспективу, так как манипулятивная составляющая данного вида профессионального дискурса есть основной целью политиков, как в нашей стране, так и за рубежом.

Литература

1. Иссерс О.С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий [Текст] / О.С. Иссерс // Вестник Омск. ун-та. – 1999/ – Вып. 1. – С. 74–79.
2. Михалёва О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия / О.Л. Михалёва – М. : Книжный дом “ЛИБРОКОМ”, 2009.
3. Паршина О.Н. Российская политическая речь: теория и практика / О.Н. Паршина ; под ред. О.Б. Сиротининой. – [Изд. 2-е, испр. и доп.]. – М. : ЛКИ, 2007.
4. Халатян А.Б. Предвыборный дискурс: жанровое своеобразие и специфика языкового воплощения (на материале текстов предвыборных кампаний 2008 года в России и США): автореф. дис. на соискание учен. степ. канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / А.Б. Халатян. – Ставрополь, 2011. – 22 с.

Список источников иллюстративного материала

1. 1st Presidential Debate Barack Obama-John McCain Oxford, MS, September 26, 2008. – Режим доступа : <http://www.clipsandcomment.com/2008/09/26/full-transcript-first-presidential-debatebarack-obama-john-mccainoxford-ms-september-26-2008/>
2. Transcript: President Obama 2013 inaugural address. – Режим доступа : <http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2013/01/21/transcript-president-obama-2013-inaugural-address/>
3. Transcript of second McCain, Obama debate McCain, Obama face off in town-hall style debate. – Режим доступа : <http://www.findingdulcinea.com/news/politics/September-October-08/Obama-and-McCain-Face-Off-in-Town-Hall-Style-Debate.html>

ПЕСЕННЫЙ ДИСКУРС: ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ СОСТАВЛЯЮЩИХ

И.В. Рябенская (Харьков)

Песенный дискурс в рамках национальной культуры [3, с. 7], является сложным для анализа объектом лингвистических исследований [3; 4]. Трудность изучения песенных текстов состоит в том, что они представляют собой сложное единство музыкального и вербального компонентов [3, с. 3]. Подобно лирической поэзии, песня (в том числе рок-песня) фокусируется на отражении и передаче реципиенту чувств и эмоций лирического героя, как правило, по поводу нюансов любовных взаимоотношений. Современная рок-песня также обладает чрезвычайно мощным потенциалом воздействия на аудиторию. Роль текста состоит в том, чтобы конкретизировать эмоционально-чувственный компонент, повествуя историю или детали истории, обычно любовной, типовые коллизии которой знакомы практически каждому человеку (нарративный текст), сообщая о мнениях, оценках и суждениях автора (аргументативный текст) [3, с. 6]. В современной англоязычной рок-музыке обычно автор и исполнитель – одно лицо, что способствует сокращению дистанции между автором текста и аудиторией, поскольку исполнитель является посредником, и только он понимает, как следует донести свое произведение до аудитории, чтобы его восприняли именно так, как считает нужным исполнитель. Другой важный аспект состоит в том, что современная песня, особенно рок-пес-