



**Магия ИННО:
НОВЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ
В ЛИНГВИСТИКЕ
И ЛИНГВОДИДАКТИКЕ**

В двух томах
Том 1



Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Московский государственный институт
международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации»

**Магия ИННО:
новые измерения в лингвистике
и лингводидактике**

Сборник научных трудов

В двух томах
Том 1

Москва
Издательство «МГИМО–Университет»
2017

УДК 80.81
ББК 81
М12

Редакционная коллегия:

*А. С. Зароченцева, Е. Б. Морозова, Н. В. Воронежская,
Е. А. Лукьянченко*

Рецензенты:

*д-р пед. наук, проф., проф. кафедры иностранных языков
Инженерной академии РУДН Н. Н. Гавриленко,
канд. пед. наук, доц., проф. кафедры английского языка № 1
МГИМО МИД России Е. Б. Ястребова,
кафедра английского языка Педагогического института
Владимирского государственного университета
(зав. кафедрой — канд. филол. наук А. О. Назарова)*

Ответственный редактор

Д. Н. Новиков

Магия ИННО: новые измерения в лингвистике и лингво-
М12 **дидактике** : сб. науч. трудов. В 2 т. Т. 1 / [отв. ред. Д. Н. Новиков] ;
Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел Рос.
Федерации. — Москва : МГИМО–Университет, 2017. — 719, [1] с.

ISBN 978-5-9228-1768-4 (т. 1)

ISBN 978-5-9228-1766-0

Первый том сборника включает статьи, посвященные проблемам научного анализа текста и дискурса, в том числе политического, рассмотрению языковых явлений с точки зрения новых подходов лингвистики, а также вопросов межкультурной коммуникации. Сборник содержит информацию о российских и зарубежных авторах и их контактные данные.

Для исследователей, в сферу научных интересов которых входит лингвистика, лингводидактика и межкультурная коммуникация, а также преподавателей иностранных языков и страноведения.

УДК 80.81

ББК 81

ISBN 978-5-9228-1768-4 (т. 1)
ISBN 978-5-9228-1766-0

© МГИМО МИД России, 2017

Содержание

Предисловие.....	15
СЕКЦИЯ 1	
НОВЫЕ ТЕОРИИ ТЕКСТА И ДИСКУРСА	
Прагматическое воздействие эвиденциальных высказываний в немецких медиатекстах PRAGMATIC EFFECTS OF EVIDENTIAL UTTERANCES IN GERMAN MEDIATEXTS <i>Т. Н. Астахова</i>	19
Три революции в современном языкознании, преобразовавшие представление его предмета THREE REVOLUTIONS IN MODERN LINGUISTICS THAT HAVE REFORMED THE PRESENTATION OF ITS SUBJECT <i>М. Я. Блох</i>	24
Лингвистика и новые медиа LINGUISTICS AND NEW MEDIA <i>Т. А. Болдова</i>	30
Текст в тени семиотического действия. О новых аспектах коммуникативной теории вербального процесса TEXT IN A SHADOW OF SEMIOTIC ACTION. TOWARDS NEW ASPECTS OF THE COMMUNICATIVE THEORY OF VERBAL PROCESS <i>А. В. Вдовиченко</i>	35
Экспликация идеологем в англоязычном медийном дискурсе EXPLICATION OF IDEOLOGEMES IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE <i>Л. Н. Великова</i>	39
О приемах формирования тактик медиарепрезентации спортивного события в новостном тексте ON TECHNIQUES AND TACTICS OF SPORT'S EVENT MEDIAREPRESENTATION IN A NEWS TEXT <i>О. С. Волкова</i>	46
Пресуппозиции в кризисном дискурсе как средство сохранения имиджа компании PRESUPPOSITIONS IN CRISIS DISCOURSE AS A MEANS OF IMAGE RESTORATION <i>А. В. Галигузова</i>	51
Что дает синергетический подход исследователю? HOW CAN A RESEARCHER BENEFIT FROM SYNERGETIC APPROACH? <i>Н. В. Дрожжащих</i>	56
Типовые особенности биографических романов TYPOLOGICAL CHARACTERISTICS OF BIOGRAPHICAL NOVELS <i>Д. А. Ефремова</i>	61
Виды и функции лексических повторов в сказках из сборника А. Н. Афанасьева TYPES AND FUNCTIONS OF LEXICAL REPETITIONS FROM THE COLLECTION OF ALEXANDER N. AFANASYEV <i>Р. Катаян</i>	68

Именованье в художественном тексте: семиотический подход к литературной ономастике NAMING IN FICTION: A SEMIOTIC APPROACH TO LITERARY ONOMASTICS <i>Е. Ф. Косиченко</i>	73
Динамика лингвоаксиологических характеристик рекламного дискурса DYNAMICS OF LINGUACULTURAL CHARACTERISTICS OF ADVERTISING DISCOURSE <i>Л. А. Кочетова, Н. Г. Вара</i>	78
Экологическое благополучие русского языка в контексте идей экологической лингвистики ENVIRONMENTAL WELL-BEING OF THE RUSSIAN LANGUAGE IN THE CONTEXT OF ECOLOGICAL LINGUISTICS <i>Э. Г. Куликова</i>	84
Negotiators' Language as Code and Cipher <i>Bill Louw</i>	89
Актуализация категории ритуальности в коммуникации THE IMPLEMENTATION OF THE CATEGORY OF RITUALITY THROUGHOUT THE COMMUNICATIVE PROCESS <i>К. В. Овчарова, Н. Ю. Фанян</i>	96
Дискурсивный анализ разговорных диалогов “взрослый — ребенок” DISCOURSE ANALYSIS OF SPOKEN DIALOGUES “ADULT — CHILD” <i>Н. В. Орлова</i>	101
Types of Plot Development in Sudden Fiction <i>Nataliya Panasenko</i>	107
Семиотическая и лингвистическая относительность языковой картины мира: философский взгляд SEMIOTIC AND LINGUISTIC RELATIVITY OF THE LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD: PHILOSOPHICAL PERSPECTIVE <i>М. С. Павлова</i>	114
Дискурс медиации: стратегии и тактики речевого поведения медиатора DISCOURSE OF MEDIATION: STRATEGIES AND TACTICS OF VERBAL BEHAVIOR OF A MEDIATOR <i>О. А. Прохорова</i>	120
Коммуникативно-когнитивная теория нарратива в современной лингвопоэтике COMMUNICATIVE-COGNITIVE THEORY OF NARRATION IN MODERN LINGUO-POETICS <i>Т. Б. Радбиль</i>	126
Глобальная структура дискурса: макропропозиция и тематический репертуар GLOBAL DISCOURSE STRUCTURE: MACROPRPROPOSITION AND TOPIC RANGE <i>В. М. Шевцова</i>	131
Концептосфера поэтического дискурса в сонетах У. Шекспира CONCEPTOSPHERE OF THE VERSE DISCOURSE IN THE SONNETS OF WILLIAM SHAKESPEARE <i>К. И. Шпетный</i>	137

Дискурс в субъектноцентрической перспективе: Марсель Райх-Раницкий THE PERSONALIZED PERSPECTIVE ON DISCOURSE: MARCEL REICH-RANICKI <i>Т. В. Юдина, В. О. Федоровская</i>	144
--	-----

СЕКЦИЯ 2

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ЗЕРКАЛЕ ЯЗЫКА

Политический дискурс в межкультурном контексте POLITICAL DISCOURSE IN INTERCULTURAL CONTEXT <i>С. А. Абрамян</i>	153
Субъективная модальность немецкого новостного медиатекста SUBJECTIVE MODALITY IN GERMAN NEWS MEDIA TEXT <i>Т. Н. Александрова</i>	157
Лингвистический анализ и нравственно-этическая составляющая политического дискурса (на примере высказываний американских политических деятелей) LINGUISTIC ANALYSIS AND ETHICAL COMPONENT OF POLITICAL DISCOURSE (ON THE EXAMPLE OF AMERICAN STATESMEN'S SPEECHES) <i>В. С. Арутюнян</i>	163
Языковая игра как средство формирования образа политика в современной англоязычной публицистике LANGUAGE PLAY AS A MEANS OF CREATING A POLITICIAN'S IMAGE IN MODERN JOURNALISM <i>Н. Н. Асташкина</i>	168
Роль метафор в создании образа внешней политики России в немецких СМИ THE ROLE OF METAPHORS IN CREATING THE IMAGE OF RUSSIAN FOREIGN POLICY IN GERMAN MEDIA <i>В. А. Бабкина</i>	175
Ключевые глаголы англоязычного политического дискурса KEY VERBS OF THE ENGLISH POLITICAL DISCOURSE <i>А. А. Биомена</i>	180
Политический дискурс коммунистической прессы: сопоставительный анализ POLITICAL DISCOURSE OF THE COMMUNIST PRESS: COMPARATIVE ANALYSIS <i>И. И. Валуйцева, М. Н. Данилина</i>	187
К вопросу о новых тенденциях в развитии масс-медиа в современном Иране ON THE SUBJECT OF NEW TRENDS OF MEDIA DEVELOPMENT IN MODERN IRAN <i>Е. Л. Гладкова</i>	192
Ценностная составляющая лингвокультурного типажа "американский политический комментатор" THE VALUE CONSTITUENT OF THE LINGUOCULTURAL PROTOTYPE "AMERICAN POLITICAL COMMENTATOR" <i>Д. Е. Гунькова</i>	198

Когнитивные модели как основа дискурсивного конструирования чужеродности в политической коммуникации COGNITIVE MODELS AS THE BASIS FOR DISCURSIVE CONSTRUCTING THE OTHERNESS IN POLITICAL COMMUNICATION	
<i>Ю. И. Детинко</i>	205
Конструкт “Запад” в российском внешнеполитическом дискурсе CONSTRUCT “THE WEST” IN RUSSIAN FOREIGN POLICY DISCOURSE	
<i>Т. В. Дубровская</i>	212
Языковая политика в немецкоязычных странах: гендерный и этнический аспекты LANGUAGE POLICY IN GERMAN SPEAKING COUNTRIES: GENDER AND ETHNICITY ASPECTS	
<i>А. И. Едличко</i>	218
Политические медиамаркеры современного человеческого общества POLITICAL MEDIA MARKERS OF CONTEMPORARY HUMAN SOCIETY	
<i>М. Р. Желтухина</i>	225
Лингвокогнитивные и прагматические аспекты моделирования событий типа “международный конфликт” (на примере освещения освобождения городов Мосул и Алеппо в 2016 году) в “Экономист” A COGNITIVE-PRAGMATIC DESCRIPTION OF ‘INTERNATIONAL CONFLICT’ EVENT MODELLING — A CASE STUDY OF THE 2016–2017 MOSUL AND ALEPPO LIBERATION OPERATIONS AS DEPICTED BY <i>THE ECONOMIST</i>	
<i>А. С. Зароченцева, Д. Н. Новиков</i>	231
Интерпретационный аспект акциональных глаголов в языковой репрезентации события INTERPRETATIONAL ASPECT OF ACTIONAL VERBS IN LANGUAGE REPRESENTATION OF AN EVENT	
<i>Т. Н. Зубакина</i>	237
Дискурсивные практики информационной войны: роль ксенонимов в создании эффекта демонизации DISCURSIVE PRACTICES OF INFORMATION WARFARE: THE ROLE OF XENONYMS PRODUCING THE DEMONIZATION EFFECT	
<i>С. В. Иванова</i>	243
Отражение китайских культурных ценностей в современном политическом дискурсе КНР REFLECTION OF CHINESE CULTURAL VALUES IN MODERN POLITICAL DISCOURSE	
<i>М. Я. Каплунова</i>	248
Изменения структуры и содержания концепта-сценария “холодная война” в политическом дискурсе на материале англоязычных СМИ (диахронический аспект) CHANGE IN THE STRUCTURE AND CONTENTS OF THE CONCEPT-SCENARIO “COLD WAR” IN POLITICAL DISCOURSE (EVIDENCE FROM ENGLISH-LANGUAGE MASS MEDIA)	
<i>Н. А. Ковалев</i>	253
Жанровые особенности языка политического медиадискурса GENRE PECULIARITIES OF POLITICAL MEDIA DISCOURSE	
<i>Н. Л. Колесникова</i>	259

Политика безопасности в зеркале современного немецкого языка GERMAN SECURITY POLICY: LINGUISTIC ANALYSIS	
<i>Б. О. Корепанов</i>	266
Тема Brexit'a в британской прессе: стратегии манипуляции общественным мнением THE DISCUSSION OF BREXIT IN THE BRITISH PRESS: MANIPULATIVE STRATEGIES	
<i>Н. А. Левковская</i>	271
Риторические стратегии в медиадискурсах России и Литвы (на материале текстов об антироссийских санкциях) RHETORICAL TECHNIQUES IN RUSSIAN AND LITHUANIAN MEDIA DISCOURSES BASED ON THE TEXTS ABOUT THE EU SANCTIONS AGAINST RUSSIA	
<i>В. В. Макарова</i>	278
Риторика имиджа президента THE RHETORIC OF PRESIDENT IMAGE	
<i>Н. Е. Медведева</i>	283
Политическая риторика: технологии воздействия POLITICAL RHETORIC: PERSUASIVE TECHNOLOGIES	
<i>А. П. Мишьяр-Белоручева</i>	291
Манифестация гендерных различий в политическом дискурсе на материале публичных выступлений киргизских политиков MANIFESTATION OF GENDER DIFFERENCES IN POLITICAL DISCOURSE (BASED ON THE MATERIAL OF KIRGHIZ POLITICIANS' PUBLIC SPEECHES)	
<i>Р. М. Мукашева</i>	297
Эволюция значения русского социально-политического заимствования <i>либерал</i> THE EVOLUTION OF MEANING OF THE RUSSIAN SOCIOPOLITICAL LOANWORD 'LIBERAL'	
<i>К. Э. Нагаева</i>	302
Российско-украинский кризис в зеркале англоязычного политического дискурса: лингвопрагматические особенности моделирования образа врага в выступлениях постоянного представителя США в СБ ООН (2014–2016 г.) THE RUSSIAN-UKRAINIAN CRISIS THROUGH THE LENS OF THE ENGLISH-LANGUAGE POLITICAL DISCOURSE: A CASE STUDY OF US PERMANENT REPRESENTATIVE'S 2014–2016 SPEECHES INVOKING THE IMAGE OF 'ENEMY' AT UN SECURITY COUNCIL IN THE LIGHT OF LINGUISTIC PRAGMATICS	
<i>А. В. Несветайлов, Д. Н. Новиков</i>	307
Гармонизация межнационального диалога: дискурсивные практики и инструменты HARMONISATION OF INTERETHNIC DIALOGUE: DISCURSIVE PRACTICES AND TOOLS	
<i>Е. К. Павлова</i>	316
Стратегия идеологизации массового сознания в кризисных ситуациях STRATEGIES OF IDEOLOGIZATION OF MASS CONSCIENCE IN CRISIS SITUATIONS	
<i>Е. В. Пильгун</i>	322

3. Karaulov, Yu. et al. (2002). Russkij asociativnyj slovar' [Russian associative dictionary]. Moskva: Astrel.
4. Jenciklopedija Kirilla i Mefodija [Cyril and Methodius Encyclopedia]. Retrieved 19 March, 2017 from <http://www.encyclopedia.ru/cat/megaonline/detail/435/>
5. European Thesaurus on International Relations and Area Studies. Retrieved 9 January, 2017 from <https://www.ireon-portal.eu>
6. Macmillan Dictionary. Retrieved 11 January, 2017 from <http://www.macmillan-dictionary.com/>
7. WordNet-Online Retrieved 11 January, 2017 from <http://www.wordnet-online.com/>

Стратегия идеологизации массового сознания в кризисных ситуациях

Е. В. Пильгун

Минский государственный лингвистический университет

Аннотация

В современном глобальном коммуникативном пространстве кризисные ситуации используются для реализации политических амбиций и целей. Кризисная коммуникация даже в случае природных кризисов идеологизируется, а сама ситуация используется как повод для политических спекуляций. Предпринимается попытка выявления и классификации коммуникативных тактик воздействия на массовое сознание в условиях кризисов. Делается вывод о том, что стратегия идеологизации массового сознания в условиях кризисной коммуникации, является наиболее влиятельной на общественное сознание и реализуется во всех видах кризисов, будь то экономические, политические или природные кризисы, а выбор коммуникативных тактик в процессе идеологизации массового сознания в конкретном коммуникативном эпизоде зависит от культурных, пространственно-временных условий существования, а также от социокультурных и личностных характеристик авторов и целевой аудитории.

Ключевые слова: кризисный дискурс, идеологизация, коммуникативные тактики и приемы, интенциональность, кризисная ситуация, массовое сознание.

Каждый коммуникативный акт подчинен целевой установке адресанта и направлен на формирование соответствующей реакции адресата. Разнообразие целеустановок дает основание говорить о существовании характерных коммуникативных стратегий для кризисного дискурса. Одной из таких стратегий является идеологизация, цель которой — удержа-

ние либо захват власти. В основе речевого воздействия данной стратегии лежит восприятие и интерпретация информации коммуникантами. Интерпретация необходима при операциях над знаниями партнера, ценностными категориями, эмоциями, волей. Идеологизация определяет и навязывает готовые типичные модели человеческого поведения.

Идеологизация направлена на структурирование конкретных реальных общественных отношений, где идеология становится отправной точкой для корректирования действительности. В кризисном дискурсе конструирование реальности приобретает ведущую роль, так как выбор и получателя информации, и ракурса, и момента ее преподнесения в зависимости от интенции и цели собеседника, всегда остаются за инициатором коммуникативного эпизода [3, с. 65]. Соответственно, речевое воздействие и идеологизация массового сознания в кризисном дискурсе является результатом формулирования мыслей автором сообщения и их интерпретации реципиентом. Тем не менее набор коммуникативно-стратегических действий позволяет подвести реципиента к “правильному” пониманию ситуации, формированию необходимых выводов. Язык в данном случае выступает орудием скорее для реализации скрытых интенций и замыслов автора, афишируя при этом вполне очевидные цели.

Так как язык как семиотическая система предполагает несовпадение планов содержания и выражения, то появляется возможность вариативного толкования слов и выражений, что приводит к неоднозначной интерпретации, закладывает дополнительные эмоционально-оценочные значения, зависящие от личности автора. Соответственно, возможным становится и применение коммуникативных тактик, реализующих различные интенции.

Дж. Б. Томсон выделяет 4 тактики идеологизации массового сознания: **легализация, утаивание, унификация, фрагментация** [1]. Например, с января 2017 года в прессе введено в употребление и активно обсуждается понятие *политики “демонизации”*, предложенное международной правовой организацией Amnesty International в своем ежегодном отчете. *По мнению правозащитников, в 2016 году политики во всем мире использовали “язык вражды” и это было сопоставимо с уровнем агрессивной риторики 1930-х годов.* Такого рода термины и фразы неизбежно отсылают читателя к предвоенному периоду, позволяет представить в воображении ужасы военного времени, сделать вывод о том, что раз в ход дипломатических обсуждений пошел “язык вражды”, то, следовательно, мир стоит на пороге новой разрушительной войны. Такое нагнетание обстановки в прессе не может не вызывать страх в умах населения, тревогу и чувство опасности. Появление в прессе ряда таких фраз впоследствии приведет к выделению потенциального врага (фрагментация) и одобрению действий властей среди населения (легализация).

Следует отметить группу **аргументативных тактик**, которые основаны на рациональном подходе, призывают к законности установленных

правил и использовании последовательности причин, чтобы убедить аудиторию в законной силе существующих социальных отношений. Их цель — “изменить ‘картину мира’ коммуниканта, которая является лишь частью объективной картины ситуации и представляет собой знания, убеждения, веру, эмоциональное и интеллектуальное состояние коммуниканта” [5, с. 3–20]. Так, человек, получив информацию, считает, что самостоятельно решил принять предложение, не зависимо от чужих приказов и уговоров, проанализировав полученную информацию. Язык как средство осмысленной коммуникации содержит в своей структуре единицы, способные наиболее полно, рационально воплощать замысел говорящего и наиболее эффективно осуществлять его стратегические цели. *Today the migrants are leaving the societies with incomes a fifth or a tenth of those of their target destinations in Europe and the US.* Фактическая информация, приведенная в данном примере, вызывает жалость и сочувствие по отношению к мигрантам у читателей, тем самым реализуя основной замысел статьи — убедить в безобидности мигрантов и нейтрализовать негативное отношение к ним.

Одним из эффективных тактик идеологизации массового сознания является **мифотворчество**, цель которого — обеспечение поддержки масс [7, с. 96–101]. Разработка идеологии предполагает использование специальных механизмов, способных обеспечить ей аксиологическую нагруженность и системность, а, следовательно, эффективность и результативность воздействия на сознание человека или группы. **Мифологизация** — способ формирования “картины мира”. Главной задачей мифологизации является активизация стереотипов, заложенных в подсознании. Массовое сознание с помощью воображения само дописывает недостающие черты. В таком случае задача СМИ заключается в том, чтобы стереотипизировать мышление людей, а власти — действовать в соответствии с ожиданиями, заложенными в массовом сознании.

Стереотипизация — создание устойчивой совокупности представлений, складывающихся в сознании, как на основе личного жизненного опыта, так и с помощью многообразных источников информации [6, с. 459]. Стереотипы составляют основу мифов, на которых базируется любая идеология, и обладают внушающим действием. *They came poor but they didn't create an underclass.* Кроме того, для создания идеологических стереотипов используются приемы — прямой лжи, дезинформации, замалчивания. Язык в процессе стереотипизации несет большую пропагандистскую нагрузку [4]. *The paper cites information from the Italian police authorities saying that 200 000 migrants were preparing to board shoddy vessels.* Употребление слова *shoddy* в данном контексте носит явную эмоционально-оценочную коннотацию, которая интерпретируется как нежелательное явление в обществе, создавая стереотип опасности при упоминании слова мигрант.

Кроме этого, текст оперирует символами — **тактика символизации**. Успех ее предопределяется тем, насколько символы созвучны массо-

вому сознанию: автор должен уметь затронуть нужную струну в этом сознании; высказывания политика должны укладываться во “вселенную” мнений и оценок его адресатов, “потребителей” дискурса [2, с. 35]. *Ebola is very unlikely to become the next Black Death. When a disease on US soil spreads to multiple states, the federal government takes over using the Incident Command Structure... — the same mechanism that is triggered in the event of natural disaster or terrorist attack.* Black Death — пандемия чумы, символ смерти, разрушения. Данный пример естественного кризиса демонстрирует действия властей, в случае распространения эболы, заверяя граждан, что вполне готовы справиться с кризисной ситуацией, внушая в массовое сознание понимание того, что власть надежна, ей следует доверять.

Ссылка на авторитетность источника является также **тактикой**, апеллирующей к особому характеру личности автора. Хотя, автор не обязательно должен быть популярным, но быть профессионалом в своей области.

Тактика изменения действительности используется для коррекции действительности, наделяя их приобретенными положительными или отрицательными коннотациями. Употребление стилистически нейтрального слова или выражения, употребляемое вместо синонимичной языковой единицы, которая представляется говорящему неприличной, грубой или нетактичной — эвфемизация, либо замена на более яркую, эмоционально окрашенную лексику. *European plans for a military campaign to smash the migrant smuggling networks ... Libya may also be needed to destroy the smugglers' vessels and assets.*

Таким образом, стратегия идеологизации реализуется посредством коммуникативных тактик, выбор которых в конкретном коммуникативном эпизоде зависит от культурных, пространственно-временных условий существования, а также от социокультурных и личностных характеристик авторов и целевой аудитории.

Список литературы:

1. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. 2002. № 3. С. 32–43.
2. Засурский Я. Н. Стереотипизация как метод пропаганды. Техника дезинформации и обмана. М.: “Мысль”, 1978. [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/lib/stereotype10.htm/> (дата обращения: 15.12.2016).
3. Сергеев В. М. Когнитивные методы в социальных исследованиях. Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. 464 с.
4. Фролов И. Т. Стереотип социальный. Философский словарь. М., 1986. 605 с.
5. Феденева Ю. Б. Метафорическое моделирование в российском политическом дискурсе / Ю. Б. Феденева, А. П. Чудинов. Политический дискурс в России-3. Материалы рабочего совещания. Часть 1. М., 1999. 350 с.

6. Чернейко Л. О. Дискурс: языковая реальность или лингвистическая мифология / Л. О. Чернейко [и др.] // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты. М., 2016. 268 с.
7. Thompson J. B. Ideology [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cultsock.org/index.php?page=/media/ideoldet.html/> (дата обращения: 10.12.2016).

Сведения об авторе:

Пильгун Елена Витальевна, аспирант, Минский государственный лингвистический университет; старший преподаватель, Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь; e-mail: elenpilgun@gmail.com

STRATEGIES OF IDEOLOGIZATION OF MASS CONSCIENCE IN CRISIS SITUATIONS

Elena V. Pilgun

PhD student, Minsk State Linguistic University; Senior lecturer, Belarusian State University Minsk, Belarus; e-mail: elenpilgun@gmail.com

Abstract

In today's global communicative space, crisis situations are used to realize political ambitions and goals. Crisis communication, even in the case of natural crises, is ideologized, and the situation itself is used as an excuse for political speculations. An attempt to identify and classify communicative tactics of mass consciousness ideologization in different crises is made. The strategy of ideologizing in crisis communication is the most influential on public consciousness and is realized in all types of crises, be they economic, political or natural crises. The choice of communicative tactics in the process of mass consciousness ideologization in a particular communicative episode depends on cultural, spatial and temporal conditions as though as personal and sociocultural characteristics of the author and target audience.

Key words: crisis discourse, ideologization, communicative tactics and modes, intentionality, crisis situation, mass consciousness.

References:

1. Dem'iankov, V. Z. (2002). Politicheskii diskurs kak predmet politicheskoi filologii [Political Discourse as a Subject of Political Philology]. *Politicheskaiia nauka. Politicheskii diskurs: Istoriiia i sovremennye issledovaniia* [Political science. Political Discourse: History and Modern Studies], 3, 32–43.
2. Zasurskii, Ia. N. (1978). Stereotipizatsiia kak metod propagandy. Tekhnika dezinformatsii i obmana [Stereotyping as a method of propaganda. The technique of misinformation and deception]. Moskva: "Mysl". Retrieved 15 December, 2016 from: URL: <http://psyfactor.org/lib/stereotype10.html/>.

3. Sergeev, V.M. (1987). Kognitivnye metody v sotsial'nykh issledovaniiah. Iazyk i modelirovanie sotsial'nogo vzaimodeistviia [Cognitive methods in social studies. Language and modeling of social interaction]. Moskva.
4. Frolov, I.T. (1986). Stereotip sotsial'nyi [Social Stereotype]. Filosofskii slovar' [Philosophical Dictionary] Moskva.
5. Fedeneva, Iu. B. (1999). Metaforicheskoe modelirovanie v rossiiskom politicheskom diskurse [Metaphorical modeling in Russian political discourse] / Iu. B. Fedeneva, A. P. Chudinov. *Politicheskii diskurs v Rossii-3. Materialy rabochego soveshchaniia [Political discourse in Russia-3. Workshop materials]*, Chast' 1.
6. Cherneiko, L. O., et al. (2016). Diskurs i stil': teoreticheskie i prikladnye aspekty [Discourse: language reality or linguistic mythology]. *Diskurs i stil': teoreticheskiye i prikladnyye aspekty [Discourse and style: theoretical and applied aspects]*. Moskva.
7. Thompson, J.B. Ideology. Retrieved 10 December, 2016 from: URL: <http://www.cultsock.org/index.php?page=/media/ideoldet.html/>.

Лингвистические особенности реализации стратегии аргументации в англоязычном политическом дискурсе (на примере предвыборных выступлений Д. Трампа и Х. Клинтон)

М.Д. Рыжикова

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского

Аннотация

Цель исследования заключается в сравнительном анализе реализации аргументативной стратегии в предвыборных речах кандидатов на пост президента. Политический дискурс представляется как одна из сфер коммуникации, которой присуще аргументирование в качестве средства оказания влияния на реципиента. Результаты исследования свидетельствуют о том, что стратегия аргументации проявляется тактиками контрастивного анализа, указания на перспективу, обоснованных оценок, иллюстрирования. Описываются особенности функционирования исследуемой стратегии. Определяются лингвистические приемы аргументации. Тактика контрастивного анализа проявляется посредством превосходной степени имен прилагательных и полисиндетона. Тактика перспективы подчеркивает стратегические цели и намерения говорящего с помощью инфинитивных и параллельных конструкций, будущего неопределенного времени глаголов, а также средств модальности. Тактика обоснованных оценок, реализующаяся сложными предложениями с придаточными причины и следствия, нацелена на аргументирование субъективного мнения адресанта. Тактика иллюстрирования, способствующая описанию конкретных данных, выражается определительными предложениями и сравнительными конструкциями.

Научное издание

Магия ИННО:
новые измерения в лингвистике и лингводидактике
Сборник научных трудов

В двух томах
Том 1

Согласно Федеральному закону РФ от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ
данная продукция маркировке не подлежит

Компьютерная верстка
и художественное оформление А. С. Туманова

Подписано в печать 10.11.2017
Формат 60×84¹/₁₆. Усл. печ. л. 45,5. Уч.-изд. л. 43,8
Тираж экз. Заказ №

Издательство «МГИМО–Университет»
119454, Москва, пр. Вернадского, 76

Отпечатано в отделе оперативной полиграфии
и множительной техники МГИМО МИД России
119454, Москва, пр. Вернадского, 76