

нонимы (*cold, aggressive*), антонимы (*cold, warm*), сравнения (*hands were as cold as his smile; he breaks up minstrels in his soup, like crackers; one leg is longer than other*), прилагательные в сравнительной и превосходной степенях сравнения (*colder, closer, shorter; the loveliest, the strongest*), метафоры (*time lies frozen, clocks wouldn't go*), фразовые глаголы и устойчивые словосочетания (*turn the rain to silver, fell silent in awe, fell like*). Сказка богата вопросительными и восклицательными предложениями, в ней присутствуют коротенькие песенки, много диалогов, можно найти условные предложения (*If you can slay the thorny Boar of Borythorn, she is yours. If you can turn the rain to silver, she is yours.*).

Из приведенного анализа сказок следует, что **американские литературные сказки** – это сказки о мужестве и находчивости главных героев. **Американские литературные сказки** отличаются огромным разнообразием. На примере сказок Джеймса Тэрбера и Элвина Уайта можно заметить, что персонажи американских литературных сказок необычайно многочисленны. Это и прекрасные принцессы, и благородные принцы, волшебники, это всевозможные животные и огромное количество волшебных и магических предметов. Сюжет американской литературной сказки всегда интересный, захватывающий и непредсказуемый. Он построен на постоянном столкновении добра и зла. Эти сказки эмоционально-окрашенные (в сказках Дж. Тэрбера и Элвина Уайта использовано много междометий, восклицаний, вопросительных предложений, также много диалогов). В этих сказках очень красочно и неоднобразно описаны герои и события (авторы используют изобразительно-выразительные средства, такие как метафоры, метонимии, сравнения). В сказках преобладает общеупотребительная лексика. Отличительной особенностью американской литературной сказки является присутствие в ней стихов и веселых песенок.

**ЯКУШЕВИЧ Е.А. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)**

### **СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ АКЦЕНТУАЦИИ**

#### **В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРЕДВЫБОРНОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ**

Способы выражения акцентуации в политическом предвыборном англоязычном дискурсе реализуются, в основном, через выбранные оратором стратегии и тактики. Политический дискурс отражает борьбу за власть. Это определяет особенности коммуникативных действий, основой которых является стремление воздействовать на интеллектуальную, волевою и эмоциональную сферу адресата.

Борьба за власть определяет особенности коммуникативных действий, основой которых является стремление воздействовать на интеллектуальную, волевою и эмоциональную сферу целевой аудитории.

О.С. Иссерс приводит определение стратегии: "речевая стратегия - 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". Считается, что стратегии и тактики речевого поведения непосредственно связаны с основными этапами речевой деятельности - планированием и контролем. В связи с этим, стратегия представляет собой "когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнёра".

Исследователи политического дискурса выделяют различные виды коммуникативных стратегий: дискурсивные, стилистические, семантические, прагматические, риторические, диалоговые и т.д. В научной литературе нет единой, общепринятой классификации стратегий и тактик политического дискурса.

На данный момент классификация О.Н. Паршиной наиболее полно отражает существующие стратегии и их соотношение с тактиками политического дискурса. В основу этой классификации была положена конечная цель, которую исследователь понимает как прогнозируемое искомое, как представление о результате, который должен быть достигнут по отношению к адресату.

Так, О.Н. Паршина выделяет следующие стратегии и тактики политического дискурса:

а) Стратегия самопрезентации (построение имиджа политика)

*тактика отождествления тактика солидаризации тактика оппозиционирования; а также ее виды;*

**б) Манипулятивная стратегия включает:**

*демагогические приемы; манипулятивные тактики;*

в) Стратегия самозащиты состоит из:

*тактики оправдания; тактики оспаривания; тактики критики и ее виды:*

- Информационно-интерпретационную стратегию с тактиками признания существования проблемы; акцентирования положительной информации; разъяснения; комментирования; тактика рассмотрения проблемы под новым углом зрения; указания пути решения проблемы

- Стратегию формирования эмоционального настроения адресата и ее

*тактики единения; обращения к эмоциям адресата; учета ценностных ориентиров адресата*

г) Стратегии убеждения включают несколько видов, таких как:

- Аргументативная стратегия;

- Агитационная стратегия.

Материалом для исследования стратегий и тактик англоязычного предвыборного дискурса послужили тексты предвыборных выступлений кандидата на пост президента США Барака Обамы. На наш взгляд, дан-

ный кандидат является яркой политической фигурой в жизни США. Также внимание привлек тот факт, что Б. Обама стал первым афроамериканцем, выдвинутым на пост президента США от одной из двух крупнейших партий. Барак Обама отличается высоким уровнем политической, правовой и риторической грамотности.

Барак Обама строит свой политический имидж, в основном, посредством использования **стратегии самопрезентации**.

В рамках данной стратегии широкое применение находит **тактика солидаризации**, которая реализуется за счет использования объединяющих местоимений "we" ("us") в значении "you and I", "we all together" и местоимения "our" в значении "наш общий". Данные примеры показывают реализацию этой стратегии:

"We can do this. I know we can, because we've done it before".

"Let's remember how we got here".

"And it plunged our economy into a crisis that put millions out of work, saddled us with more debt, and left innocent, hard-working Americans holding the bag".

"So we have a huge opportunity, at this moment, to bring manufacturing back. But we have to seize it".

"We're also making it easier for American businesses to sell products all over the world".

"When we act together, there is nothing the United States of America can't achieve".

"Ending the Iraq war has allowed us to strike decisive blows against our enemies".

"It means we have to make some choices".

В рамках **тактики солидаризации**, Барак Обама подчеркивает свою принадлежность к американской нации, хотя его предки были родом из Африки. Он высоко оценивает достижения американцев и указывает на свою причастность к этим свершениям.

"The American people know what the right choice is".

"Tonight, I want to speak about how we move forward, and lay out a blueprint for an economy that's built to last - an economy built on American manufacturing, American energy, skills for American workers, and a renewal of American values".

"I bet most Americans are thinking the same thing right now".

"The renewal of American leadership can be felt across the globe. Our oldest alliances in Europe and Asia are stronger than ever. Our ties to the Americas are deeper. Our iron-clad commitment to Israel's security has meant the closest military cooperation between our two countries in history. We've made it clear that America is a Pacific power, and a new beginning in Burma has lit a new hope.

В некоторых случаях Барак Обама обращается к мнениям авторитетных американских граждан, независимо от их партийной принадлежности, тем самым, привлекая внимание своих политических противников.

"I'm a Democrat. But I believe what Republican Abraham Lincoln believed: That Government should do for people only what they cannot do better by themselves, and no more".

**Стратегия самопрезентации и тактика отождествления** реализуется посредством использования разговорных фраз и афоризмов. Это позволят оратору стать ближе к своим избирателям, говорить с ними на одном языке. Во многих выступлениях используется слово "folks", "guys", с целью расположить к себе аудиторию и создать атмосферу непринужденной беседы.

"Folks at the top saw their incomes rise like never before, but most hardworking Americans struggled with costs that were growing, paychecks that weren't, and personal debt that kept piling up".

"Folks who have a seat, feel free to take a seat".

"And I know this is an especially important topic for everybody right now because you guys have to fill up at the gas station".

"And I want to cut through the maze of confusing training programs, so that from now on, people like Jackie have one program, one website, and one place to go for all the information and help they need".

"With a rule like that, I guess it was worth crying over spilled milk".

"In 2008, the house of cards collapsed".

**Информационно-интерпретационная стратегия**, используемая Бараком Обамой, направлена, не только и не столько на предоставление избирателям информации, а в большей степени она направлена на манипулирование коллективным сознанием. Ведь, как известно, интерпретируя какие-либо факты, кандидат стремится к тому, чтобы избиратель принял и поддержал его точку зрения, следовательно, прибегает к манипуляции. Тактики не фиксированы в рамках какой-либо определенной стратегии, а могут свободно участвовать в реализации сразу нескольких стратегий. К примеру, **тактика признания существования проблемы** выражается высказываниями с предикатами - оценочными прилагательными. Среди них высокой частотой встречаемости отличаются прилагательные "important", "defining", "urgent", "immediate", "fundamental" в сочетаниях с именами существительными "challenge", "issue", "topic", "priority", "question".

Указывая на существующие проблемы, Барак Обама ищет эффективные способы решения этих проблем, при этом используется **тактика указания пути решения проблемы**. Среди данных примеров, ее реализация прослеживается наилучшим образом:

"Take the money we're no longer spending at war, use half of it to pay down our debt, and use the rest to do some nation-building right here at home".

"First, if you're a business that wants to outsource jobs, you shouldn't get a tax deduction for doing it. That money should be used to cover moving expenses for companies like Master Lock that decide to bring jobs home. Second, no American company should be able to avoid paying its fair share of taxes by moving jobs and profits overseas. From now on, every multinational company should have to pay a basic minimum tax. And every penny should go towards lowering taxes for companies that choose to stay here and hire here. Third, if you're an American manufacturer, you should get a bigger tax cut".

Незаменимой в речах является **тактика акцентирования положительной информации**. Необходимо отметить, что в рамках данной тактики широко используется такой синтаксический прием, как параллельные конструкции, посредством которых усиливается воздействие на адресата. Кроме того, используются лексические средства выражения положительной информации. Что видно на данных приемах:

"For the first time in nine years, there are no Americans fighting in Iraq. For the first time in two decades, Osama bin Laden is not a threat to this country. Most of al Qaeda's top lieutenants have been defeated".

"That's why my Administration has put more boots on the border than ever before. That's why there are fewer illegal crossings than when I took office".

Стоит заметить, что положительная информация отчетливее прослеживается на фоне негативной, поэтому используются два выражения соединенные союзом "and". Сначала отмечаются отрицательные моменты, а затем делается акцент на положительных аспектах. Например:

"That's inexcusable. And we know how to fix it".

"But challenges remain. And we know how to solve them".

Особенностью англоязычного предвыборного дискурса является широкое использование **агитационной стратегии**. Задача агитационной стратегии - воздействовать на поступки слушателей, чтобы побудить их к совершению определенного действия. Данная стратегия реализуется за счет таких тактик как **тактика обещания** и **тактика призыва**.

**Тактика обещания** на речевом уровне чаще всего манифестируется формами будущего времени глаголов совершенного вида. Зачастую используются параллельные конструкции:

"But I will not back down from making sure an oil company can contain the kind of oil spill we saw in the Gulf two years ago. I will not back down from protecting our kids from mercury pollution, or making sure that our food is safe and our water is clean. I will not go back to the days when health insurance companies had unchecked power to cancel your policy, deny you coverage, or charge women differently from men. And I will not go back to the days when Wall Street was allowed to play by its own set of rules".

И так, необходимо отметить, что в англоязычном политическом дискурсе **стратегия самопрезентации** выходит на первый план, так как имидж политика является неотъемлемой составляющей политической коммуникации. Как показывают исследования, наиболее широко применение в англоязычном дискурсе находят такие стратегии как **информационно-интерпретационная, которая включает:** тактику признания существования проблемы, тактику разъяснения, тактику акцентирования положительной информации, тактику указания пути решения проблемы, **аргументативная стратегия, которая включает:** тактику контрастного анализа, тактику указания на перспективу, тактику иллюстрирования и **агитационная стратегия, которая включает:** тактику обещания и тактику призыва.

Следует заметить, что **тактика признания существования проблемы** и **тактика акцентирования положительной информации** способствуют реализации не только информационно-интерпретационной, но и манипулятивной стратегии.

Использование данных стратегий и тактик имеет свое лексическое, грамматическое и синтаксическое проявление в рамках этого вида коммуникации.

**ЯЩУК Т.С. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)**

### **СПЕЦИФИКА ПОНЯТИЯ «КОНЦЕПТ» В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ**

Длительное время лингвистика изучала язык и процессы, происходящие в языке. Однако в последние десятилетия наблюдается тенденция не только изучения внутренних процессов развития языка, но сам язык рассматривается как продуктивный способ интерпретации человеческой культуры. Это можно объяснить тем, что система представлений о мире, складывающаяся у человека на протяжении всей жизни, постепенно обогащается новыми знаниями, которые формируются в общие понятия, а понятия, в свою очередь, обобщаются и формируют концепты. Так, человек в процессе жизнедеятельности и общения мыслит и действует в мире концептов, которые обладают определенными признаками и свойствами.

Термин «концепт» возник в научной литературе лишь в середине XX века, но его употребление замечено в трудах Г. Фреге и А. Черча, где данное понятие было заимствовано из математической логики и означало буквально «понятие, зачатие». В русском языке этим словом в качестве термина оперирует С.А. Аскольдов в статье «Концепт и слово» (1928 г.). Общепринятым в лингвистической литературе термин «концепт» стал с начала 1990-х годов благодаря научным трудам Д.С. Лихачева и Ю.С. Степанова. Д.С. Лихачев положительно отзываясь о новаторской статье С.А. Аскольдова, однако выражая сущность концепта, в отличие от него делает акцент на том, что концепт существует не для слова, а для каждого ос-