

СИСТЕМА ЦЕЛЕЙ И СРЕДСТВ СУГГЕСТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В КОММУНИКАЦИИ

КАЛИТА А. А., ТАРАНЕНКО Л. И.

Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут”

На основе методологических принципов и методов системного анализа авторами рассмотрено альтернативное многообразие смыслодержающих элементов, входящих в понятия стратегия, тактика, метод, прием и средство коммуникативно-суггестивного воздействия. Скорректированы существующие формулировки указанных понятий. С учетом дихотомии “цель – средство” сформирована обобщенная классификация средств реализации коммуникативной стратегии и представлена структурно-логическая схема содержания ее элементов.

Ключевые слова: коммуникация, суггестивное воздействие, стратегия, тактика, метод, прием, средство, классификация, структурно-логическая схема.

На основі методологічних принципів і методів системного аналізу авторами розглянуто альтернативне різноманіття смисломістких елементів, що входять до понять стратегія, тактика, метод, прийом і засіб комунікативно-суггестивного впливу. Скориговано наявні формулювання зазначених понять. З урахуванням дихотомії “мета – засіб” сформовано узагальнену класифікацію засобів реалізації комунікативної стратегії та структурно-логічну схему змісту її елементів.

Ключові слова: комунікація, суггестивний вплив, стратегія, тактика, метод, прийом, засіб, класифікація, структурно-логічна схема.

On the basis of methodological principles and methods of systemic analysis the authors present an overview of the alternative variety of elements that form such notions as strategy, tactics, method, technique and means of communicative-subliminal influence. The existing definitions of the mentioned notions have been updated. Taking into account the “aim – means” dichotomy, the authors have worked out a generalized classification of means realizing the communicative strategy as well as elaborated a structural-and-logical scheme of its elements' meaning.

Key words: communication, subliminal influence, strategy, tactics, method, technique, means, classification, structural-and-logical scheme.

Бессмысленно, пожалуй, отрицать тезис, в соответствии с которым коммуникативно-суггестивное воздействие зародилось одновременно с появлением у человека феномена речи, поскольку филогенез внушения тесно, практически на инстинктивном уровне, связан с диалектической спецификой совместного функционирования первой [21, с. 983] и второй [там же, с. 256] сигнальных систем человека.

Большинство лингвистов и психологов небезосновательно разделяют идею автора палеопсихологической теории Б.Ф. Поршнева [17, с. 446–447] о том, что суггестия является способом сигнальной регуляции и, благодаря функционированию второй сигнальной системы, выполняет важнейшую функцию формирования сознания индивида. Многочисленные научные работы современных лингвистов (см., напр., [1; 2; 11; 13; 16; 23; 30 и др.]) сориентированы, преимущественно, на анализ стратегий, тактик, методов, приемов и средств явления суггестии в коммуникации. При этом характерной особенностью таких изысканий зачастую является бессистемность и отсутствие иерархии классифицируемых определений, что в значительной степени осложняет процесс корректного восприятия научного знания, призванного формировать адекватную картину лингвистической реальности.

Поэтому целью предпринятого в данной работе поиска является систематизация известных в лингвистике определений стратегий, тактик, методов, приемов и средств коммуникативно-суггестивного воздействия путем анализа природы их функционирования.

Отметим здесь, что в качестве методологической основы излагаемого ниже анализа нами были приняты следующие предпосылки. Так, базовым принципом процедуры систематизации понятий, описывающих явление суггестии, служит теоретический принцип восхождения от абстрактного (стратегия) к конкретному (средство). Иерархическая ось соподчинения рассматриваемых нами терминов формируется на основе принципа единства функционального назначения, согласно которому каждый вышестоящий понятийный элемент (например, стратегия) играет по отношению к нижестоящему (например, тактика) роль цели, а любой нижестоящий по отношению к вышестоящему может рассматриваться как средство. Морфологические ряды (сходные по внешнему признаку элементов) строятся с использованием методов системного анализа [8, с. 96–97], а раскрытие альтернативного многообразия входящих в них элементов осуществляется на следующих нижестоящих иерархических уровнях.

Определяя коммуникативную стратегию как глобальное по отношению к другим понятиям, т. е. как понятие высшего уровня коммуникативной иерархии, соотносящее цель и возможные средства ее достижения, В. Е. Чернявская правильно, на наш взгляд, трактует стратегию как наиболее общую иерархическую цель [26, с. 45–46]. Рассуждая далее о коммуникативно-речевой стратегии как интегральном понятии, подразумевающем неразрывное единство речевых, познавательных и коммуникативных действий, она вводит определение частных стратегий, вариативно реализующих главную. Подобным образом О.С. Иссерс [6, с. 105–109] ведет речь об основных и вспомогательных или общих и частных речевых стратегиях. Так или иначе, как об этом свидетельствует содержание и других анализированных нами работ, на втором иерархическом уровне целевой системы авторы описывают те комплексные средства (частные, вспомогательные, вариативные и т.д. стратегии), которые как составные части стратегии в академической науке традиционно принято именовать тактикой (см., например, [21, с. 1304; 24]).

Отметим при этом, что, несмотря на очень близкие по содержанию формулировки понятий стратегия и тактика, встречающиеся в многочисленных источниках [5, с. 53; 26, с. 45; 19, с. 170–173; 12, с. 10; 33 и др.], их следует [21, с. 1279, 1304; 9, с. 302] различать по трем основным признакам. Во-первых, разработка стратегии – это особый вид искусства мышления в процессе постановки цели, главных задач и выбора путей их выполнения. Со своей стороны, тактика как инструмент реализации стратегии является строго технологической наукой мышления с элементами творчества, направленного на синтез научного и практического знания по использованию альтернативных средств решения одной из поставленных в стратегии задач. Во-вторых, стратегия как цель рассчитывается на длительное время, а на осуществление каждой отдельно взятой тактической задачи как одного из элементов реализации стратегии выделяется, как правило, более короткое время. В-третьих, и это особенно важно, рассчитываемая на определенную перспективу, стратегия является своего рода гипотетическим планом, содержащим в общем виде задачи, пути и сроки их выполнения. В отличие от нее, тактика разрабатывается на основе синтеза научного и практического знания, направленного на выполнение вполне конкретного плана действий в объективно сложившихся условиях, с помощью реально существующих средств решения поставленной задачи. Кроме того, тактика обязательно должна предусматривать альтернативные варианты решения определенной задачи с учетом возможных отклонений событий от их прогнозируемого развития. В силу этого мы можем считать тактику комплексным средством выполнения стратегии, а также называть стратегию реализованной только при условии решения всех поставленных в ней тактических задач.

В свете изложенного и был продолжен анализ определений понятия коммуникативная стратегия, предлагаемых лингвистами в своих трудах. Его результаты показали, что подобно рассмотренной выше ситуации автор работы [3, с. 11] считает, что существует *речевая*

стратегия, определяемая им как система производимых адресантом под контролем соответствующей стратегической цели операций выбора, и *комбинирования*, тематического оформления и текстового кодирования коммуникативных действий. Здесь следует обратить внимание, что, как это было уже показано нами, в реальности может существовать лишь коммуникативная стратегия, по отношению к которой предлагаемая формулировка понятия “речевая стратегия” обладает всеми типичными признаками тактики коммуникации. Это очевидно из лингвистической практики, свидетельствующей, что речевая стратегия не может существовать в чистом виде, поскольку даже виртуозно планируемая речь всегда является лишь тактическим элементом определенной, зародившейся в сознании автора, коммуникативной стратегии. Известно также, что в реальных обстоятельствах письменной коммуникации так называемая “речевая стратегия” сопровождается зачастую графическими и иллюстративными средствами, а в устной – неизбежно используются невербальные средства. Следовательно, по указанному выше третьему признаку мы имеем дело с типичной тактикой коммуникации.

В работе [26, с. 46] под манипуляцией подразумевается особая коммуникативно-речевая стратегия, направленная на внедрение в сознание адресата желаний, установок, оценок, служащих осуществлению интересов адресанта. Более того, ее автор предлагает рассматривать манипуляцию как вариативную реализацию общей вышестоящей персуазивной стратегии. Трудно согласиться с такими тезисами, учитывая то, что по своему функционально-иерархическому уровню в коммуникации манипуляция не является ни стратегией, ни даже тактикой, а в зависимости от сложности целевой структуры общения выполняет всего лишь роль одного из технологических методов или приемов суггестивного воздействия на реципиента. Противоречивость второго тезиса не может не вызывать сомнения, поскольку в коммуникации, как и в других сферах человеческой деятельности, может существовать лишь одна стратегия. Следовательно, вместо термина “персуазивная стратегия” корректнее, на наш взгляд, использовать, все же, понятие “тактика”.

Определенная с точки зрения системного подхода некорректность присутствует в работе [27, с. 14–15], в концептуальной части которой заявлено, что при выборе стратегии компроментации в качестве тактики могут использоваться такие виды высказываний, как обвинение, инсинуации, насмешка (типы речевого воздействия – оценка и эмоциональное воздействие); при выборе стратегии подчинения – требование, доказательство (типы речевого воздействия – повеление, уговаривание, аргументация). Неточность вербального построения такой системы заключается в том, что при некой стратегии в качестве тактики читателю предлагаются конкретные виды высказываний, которые, как известно, могут выступать в данной системе, как и в любой подобной лингвистической системе, лишь в качестве средств реализации ее цели или функции. Не отрицая право автора предлагать для апробации свои термины, мы, апеллируя к известному методологическому принципу Оккама (его бритве, или ножницам), считаем рациональным прибегнуть к уже существующему академическому знанию, в соответствии с которым здесь можно говорить лишь об использовании определенных тактик речевого воздействия, средствами реализации которых могут являться те или иные виды высказывания.

Опираясь на концепции Т. А. ван Дейка и В. Кинча [4], автор работы [14, с. 72] относит к стратегии дискредитации тактики цитирования, утрирования, перевоплощения в “незнайку”, уступки и т.д., а инвективной стратегии подчиняет тактики “черного оппонента”, угрозы, оскорбления и т.п. Здесь также налицо нарушение указанного выше методологического принципа маркирования иерархической оси соподчинения терминов, используемых при описании явления коммуникативно-суггестивного воздействия. Мы уже акцентировали внимание на том, что в любой сфере человеческой деятельности, требующей разработки стратегии, количество альтернативных стратегий весьма ограничено и строятся они по одной

из философско-методологических моделей функционирования сложных систем (см., напр., [7, с. 102–104]), описываемой знаменитой триадой диалектической логики: “тезис – антитезис – синтез”. Так, например, в современном бизнесе, независимо от сферы его функционирования, разрабатываются, как правило, лишь три стратегии: создания, эффективного развития и его перехода на качественно новый уровень. При этом на стадии “антитезиса” (при неудачной реализации стратегии эффективного развития) могут дополнительно разрабатываться известные, относительно недолговременные, стратегии выхода из кризиса. Именно это традиционное для всех областей знания обстоятельство и дает основания лингвистам рассматривать стратегию как плано-целевой инструмент высшего иерархического уровня, обладающий наиболее высокой степенью общности по отношению ко всем терминам и понятиям, которыми принято описывать явление, процессы, механизмы, способы и т.д., составляющие природу коммуникативно-суггестивного воздействия.

Понимая таким образом существующую логику и ее механизмы, используемые при создании научных понятий, нетрудно также убедиться, что указанные в работе [14, с. 72] “стратегия дискредитации и инвективная стратегия” являются не чем иным, как тактиками суггестивного воздействия, а упоминаемые в ней “тактики”, в лучшем случае, могут иметь статус конкретных способов или приемов их реализации.

Не менее показательна в этом плане работа [3], в которой выделяются “основные стратегии воздействия” (напомним, что стратегия – это по своей сути основной целепрогнозирующий элемент деятельности, и поэтому прилагательное “основные” здесь излишне), соподчиненные некой “общей персуазивной стратегии”. Далее автор приводит инвентарь так называемых “основных стратегий воздействия”: оценочного информирования, оптимальной адресации, имитации естественного общения, вуалирования персуазивного намерения адресата, которые в процессах манипуляции могут классифицироваться лишь как их приемы и методы.

Подобные трансформации и смещения понятий встречаются в работе [29, р. 58–96] при классификации персуазивных стратегий в общественно-политической коммуникации: создания убедительности высказывания, релевантности высказывания, привлекательности, акцентирования признаков, являющихся по своей сути симбиозом задач и приемов коммуникативно-суггестивного воздействия.

Не имея из-за ограниченности объема статьи возможности дальнейшего изложения результатов анализа всех существующих в теоретических работах ошибок, небрежностей и неточностей, охарактеризуем кратко общие для ряда лингвистических работ системные погрешности (см., напр. [1; 5, с. 51–53; 11, с. 87–88; 10; 15; 18, с. 27–33; 20; 28, с. 144; 32, р. 21–22, 51–57, 72, 88, 101, 168–169, 173; 31, р. 16–17, 21–82 и др.]): обозначение типичных по функциональному назначению приемов и тактик понятием “стратегия”; завышение иерархических уровней приемов и методов до уровня коммуникативной тактики и т. д.

Для продолжения анализа состояния рассматриваемой проблемы целесообразно воспользоваться следующими определениями, синтезированными нами на основе осмысления структуры и содержания соответствующих формулировок, приведенных в работах [9, с. 299; 21, с. 797].

В соответствии с этим, **метод** коммуникативного воздействия как элемент теоретического знания указывает путь и последовательность применения способов и приемов, направленных на достижение определенной цели или решение конкретной задачи. Отметим здесь, что метод является нижним иерархическим элементом (тактика, метод) теоретических средств системы реализации коммуникативной стратегии (рис. 1). Это особенно важно, поскольку все остальные нижележащие в структурированной нами системе средства (способ, прием, операция, а также отдельные языковые и экстралингвистические средства) вполне закономерно рассматриваются лингвистами как средства осуществления определенных коммуникативных технологий.

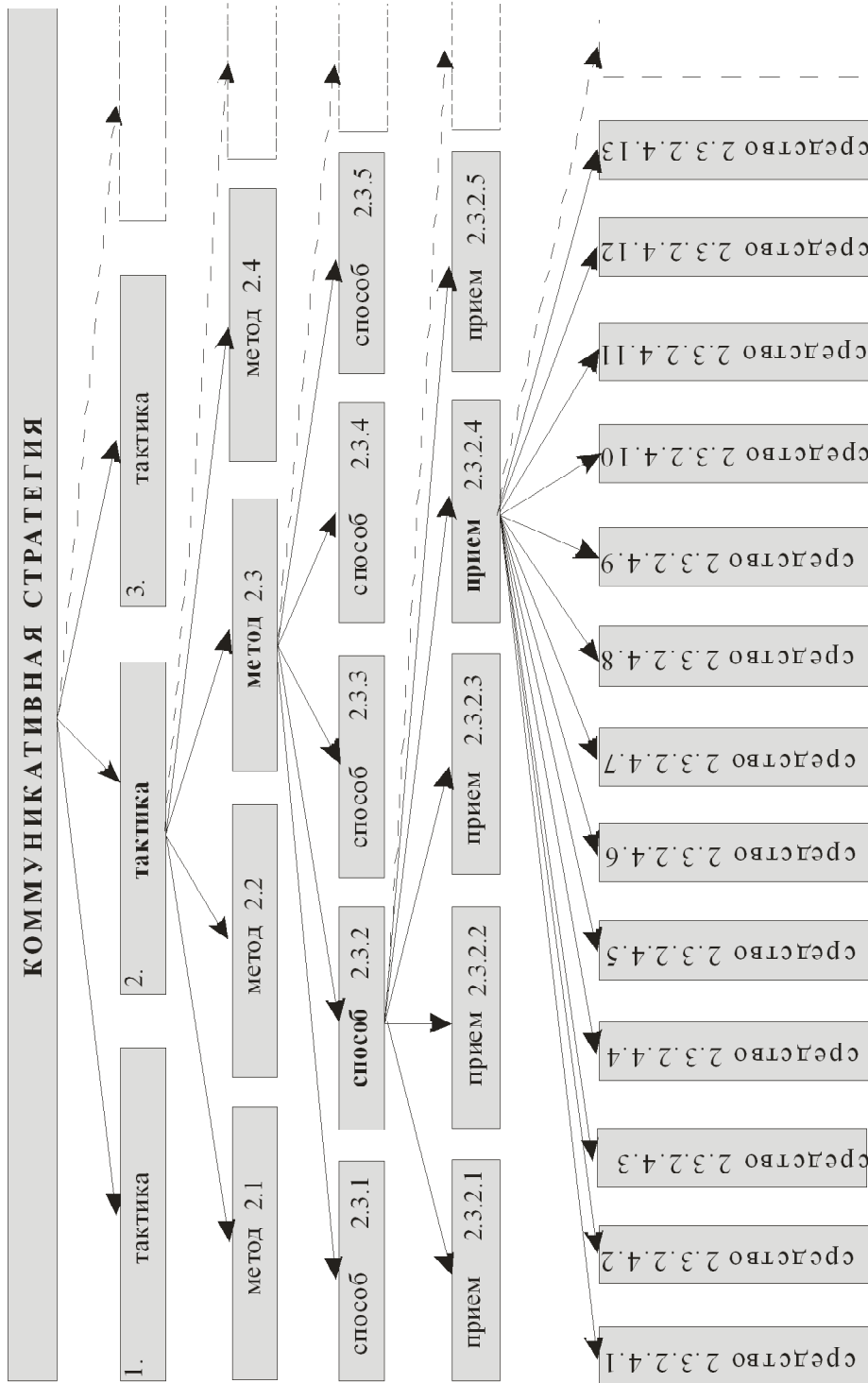


Рис. 1. Обобщенная схема иерархической структуры средств реализации коммуникативной стратегии

Согласно принятой логике [22; 25], **способ** коммуникативного воздействия, являясь средством реализации его определенного метода, включает четкую и однозначную последовательность речевых операций и приемов с указанием средств их актуализации.

В свою очередь, **прием** – это апробированное практикой средство реализации способа коммуникативного воздействия, предписывающее конкретную последовательность применения языковых и неязыковых средств и/или их определенных комбинаций.

Приняв содержания приведенных дефиниций за базис методологической рефлексии, проанализируем существующие в лингвистике определения способов и приемов реализации коммуникативной стратегии.

Так, в работе [27, с. 11] вполне логично определено, что способом речевого воздействия является совокупность приёмов или операций практической деятельности, соотносимой с иллюкутивными целями воздействующего субъекта. При этом подчеркивается, что к способам реализации стратегии речевого воздействия традиционно относят убеждение, внушение и побуждение, внутри которых выделяется ряд приемов и инструментов [там же, с. 6]. По мнению некоторых исследователей, помимо внушения и убеждения, к способам речевого воздействия относятся заражение (М. Р. Желтухина, В. Н. Панкратов, Е. Ф. Тарасов) и подражание (М. Р. Желтухина, В. Н. Панкратов).

Однако далее автор работы [27, с. 11] необоснованно, на наш взгляд, понижает статус метода воспитания до уровня отдельного способа реализации стратегии речевого воздействия. И, тем не менее, для нас ценно то, что в работе способы реализации методов коммуникативной стратегии отображены адекватно обоснованной выше логике.

Что же касается приемов, то в работе [26, с. 46] прием рассматривается, преимущественно, как частное явление, конкретный коммуникативный ход, выступающий в качестве отдельного инструмента реализации общей стратегии. Как видим, данная формулировка, не противоречащая по своей сути изложенному выше определению, не включает, к сожалению, указания на предписание приемов конкретной последовательности применения языковых и неязыковых средств или их определенных комбинаций.

Логичнее эта сторона приема как средства реализации конкретного метода раскрыта в работе [27, с. 16], в которой сказано, что приемы речевого воздействия – это специфические психологические, прагмалингвистические и семиотические действия со стороны воздействующего субъекта, направленные на достижение его непосредственных иллюкутивных целей и контроль над речевой ситуацией. Нам остается лишь добавить, что практическая неисчерпаемость альтернативного поля существующих средств реализации приемов коммуникативно-суггестивного воздействия обусловлена реальной возможностью использования в коммуникации неограниченного множества последовательных комбинаций лингвистических, паралингвистических, психологических, семиотических и т.п. средств.

Обобщение результатов проведенного анализа позволяет нам сформировать типичный пример структурно-технологической схемы и содержания элементов системы реализации стратегии коммуникативно-суггестивного воздействия (рис. 2).

Отметим, прежде всего, что представленная система охватывает все известные в лингвистике элементы реализации стратегии коммуникативно-суггестивного воздействия. Об этом говорят штриховые рамки, размещенные в конце каждого иерархического ряда системы, которые свидетельствуют о возможности сколь угодно большого расширения этого ряда, т. е. добавления его элементов. При этом на рисунке белым шрифтом выделен фрагмент выбора конкретной тактики (критики конкурентов) и формирования содержания входящих в нее элементов (метода, способа и приема) как средств реализации стратегии предвыборного расширения электорального поля путем активизации массовой коммуникации.

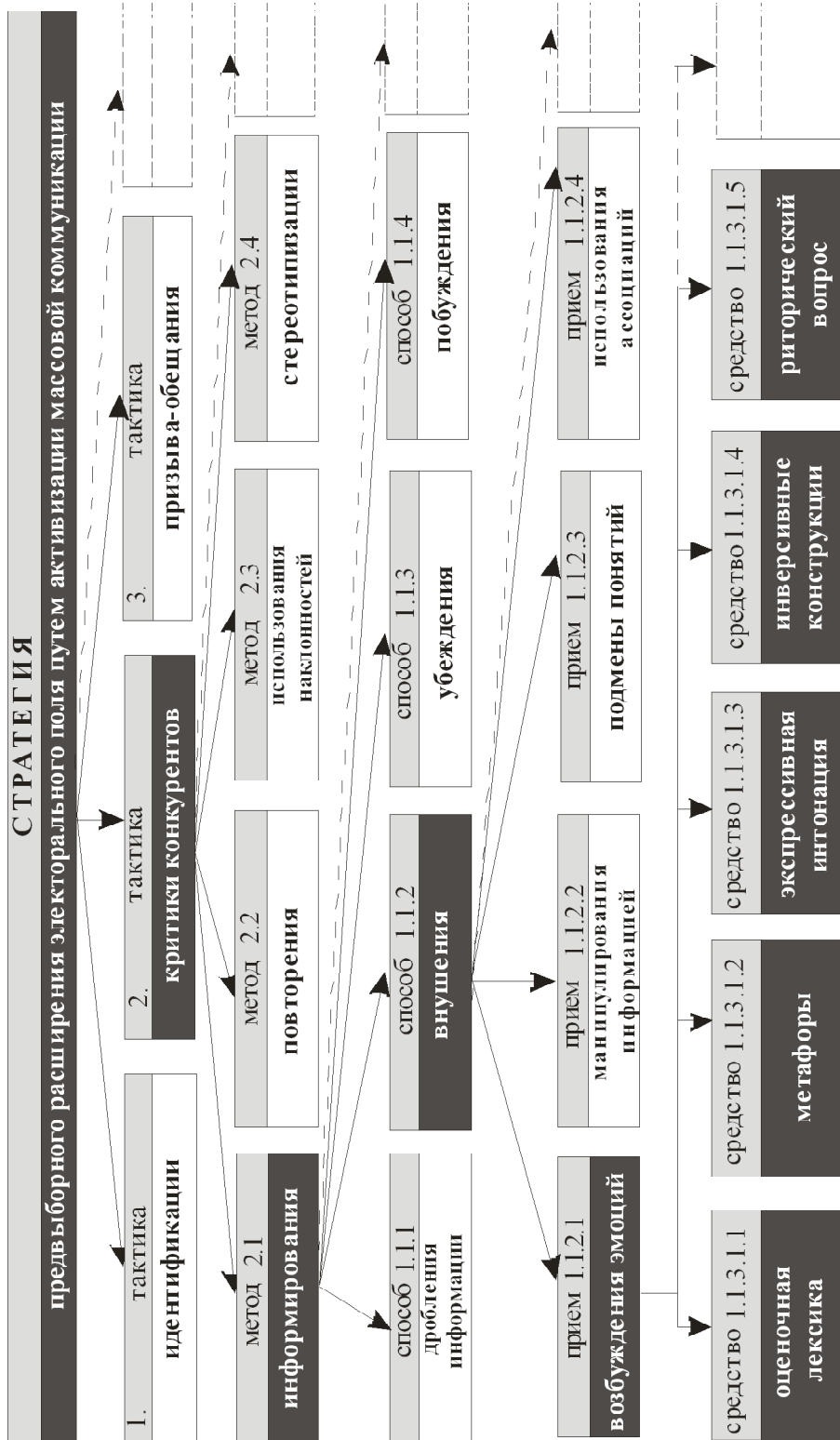


Рис. 2. Пример структурно-логической схемы и содержания элементов системы реализации стратегии коммуникативно-суггестивного воздействия

Абстрагуясь от методов повторения, использования наклонностей, стереотипизации и т.п., входящих в элемент тактики 2 (критики конкурентов), мы получаем возможность сосредоточить внимание лишь на одном из способов ее реализации. Для этого на схеме нами выбран способ 1.1.2 – внушение. Ограничившись этим способом, рассмотрим конкретный прием 1.1.2.1 – возбуждение эмоций, являющийся лишь одним из элементов четвертого иерархического уровня системы, призванных обеспечить реализацию способа внушения. Именно в рамках выбора средств реализации указанного приема мы убедимся в том, что его осуществление требует применения не только оценочной лексики (1.1.3.1.1), метафоры (1.1.3.1.2), экспрессивной интонации (1.1.3.1.3), жестикуляции (1.1.3.1.4), риторического вопроса (1.1.3.1.5) и т.д., а и других средств данного уровня.

Таким образом, используя логику восхождения от абстрактного (цель) к конкретному (средство), мы получаем технологическую последовательность разработки рассматриваемой стратегии. Из этой схемы вытекают два обстоятельства, интересующие нас с точки зрения препарированной проблемы. С одной стороны, из нее очевидно, что средства (1.1.3.1.1 – 1.1.3.1.5) могут также успешно применяться и при реализации других отмеченных на схеме приемов (1.1.2.2 – 1.1.2.4). Учитывая то, что в нижнем иерархическом ряду этой системы нами маркирована лишь незначительная часть лингвистических средств, нетрудно представить реальное множество паралингвистических и других неязыковых средств, а также их определенных комплексов, используемых обычно адресатом в устной коммуникации. Именно это, как указывалось ранее, неограниченное множество реально существующих средств и служит источником порождения новых приемов, способов и методов реализации тактик коммуникативно-суггестивного воздействия.

С другой стороны, здесь, пожалуй, кроется также причина появления в лингвистике неадекватных определений понятий тактики, метода, способа и приема коммуникативного воздействия. Она заключается в том, что авторы формулируют определения, исходя из логики описания технологического процесса реализации суггестивного воздействия, игнорируя тем самым классический научный принцип восхождения от абстрактного к конкретному. Следствием такого заблуждения зачастую является перемещение авторами понятия “средство” в формулировку стратегии, которая как лингвистическая категория по определению должна иметь высший уровень абстракции.

Поскольку все элементы четырех верхних уровней структурно-технологической схемы рис. 2 характеризуются органическим единством их целевых и предметных компонентов, то, согласно технологии классификации понятий [9, с. 178–206], любая, в том числе и лингвистическая, систематизация подчиняется известным методологическим принципам вариативности и относительности целевой [там же, с. 108–109] и объект-предметной [там же, с. 91–93] структур. Поэтому мы не имеем оснований оспаривать право исследователя-лингвиста на замену формулировки конкретной тактики формулировкой стратегии коммуникативного воздействия, либо перемещение ее формулировки на смежный нижележащий уровень, т.е. уровень метода. Для этого автору таких понятий необходимо в достаточной мере обосновать логику выбора объекта рассмотрения и выполнить все изложенные вначале статьи методологические требования. Однако при этом принципиально важно не допускать нарушения вектора соотнесенности иерархических критериев построения классификации по принципу “цель – средство”. Проще говоря, в такой классификации понятие “прием” не может быть расположено над понятием “способ”, а понятие “способ” – над “методом”.

Проведенная в данной работе на основе существующего теоретико-методологического знания классификация понятий может служить эффективным базисом для унификации терминологических аппаратов и научных представлений специалистов в области прагмалингвистики, теории речевых актов, когнитивистики, психолингвистики, лингвистики текста и других смежных с ними отраслях научного знания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богачева М. В. Аргументативная коммуникативная стратегия и тактические приемы ее реализации в русском языке [Электронный ресурс] / М. В. Богачева // Вестник Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара. – 2010 – Режим доступа : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vdpu/Movozn/2010_16/article/9.pdf.
2. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ / О. Н. Быкова // Речевое общение : Вестник Российской риторической ассоциации. – Красноярск : Красноярский гос. ун-т, 2000. – Вып. 1 (9). – С. 42–53.
3. Голоднов А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации : на примере современной немецкоязычной рекламы : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / А. В. Голоднов. – СПб., 2003. – 23 с.
4. Дейк Т. А. ван. Стратегии понимания связного текста / Т. А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс. – 1998. – Вып. 23 : Когнитивные аспекты языка. – С. 153–211.
5. Иссерс О. С. Паша-“Мерседес”, или речевая стратегия дискредитации / О. С. Иссерс // Вестник Омского университета. – 1997. – Вып. 2. – С. 51–54.
6. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.
7. Клименюк А. В. Знание, познание, когниция : [монография] / Александр Валерианович Клименюк. – Тернополь : Підручники і посібники, 2010. – 304 с.
8. Клименюк О. В. Методологія та методи наукового дослідження : [навчальний посібник] / Олександр Валер'янович Клименюк. – К. : “Міленіум”, 2005. – 186 с.
9. Клименюк О. В. Технологія наукового дослідження : [авторський підручник] / Олександр Валер'янович Клименюк. – К. ; Ніжин : ТОВ “Видавництво “Аспект-Поліграф”, 2006. – 308 с.
10. Кудоярова О. В. Емоційні тактики у конфліктному професійному спілкуванні англомовних медиків / О. В. Кудоярова // Вісник СумДУ. Серія : “Філологія”. – 2008. – № 1. – С. 51–56.
11. Лавникевич А. С. Стратегии и тактики интерактивного доминирования в диалоге / А. С. Лавникевич // Материалы докладов Международной научной конференции “Номинация и дискурс” (Минск, 8–9.11.2006 г.). – Минск, 2006. – С. 86–88.
12. Лавріненко І. М. Стратегії і тактики зміни комунікативних ролей у сучасному англомовному кінодискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / І. М. Лавріненко. – Харків, 2011. – 21 с.
13. Мартысюк Н. П. Стратегии речевого поведения как отражение гендерных социальных ролей (в ситуации конфликта) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Н. П. Мартысюк. – Минск, 2001. – 22 с.
14. Осокина С. А. Существуют ли механизмы языкового воздействия на человека? / С. А. Осокина // Известия АлтГУ. – 2007. – №2 (54). – С. 67–74.
15. Палійчук А. Л. Комунікативні тактики інтимізації в англомовному художньому дискурсі (на матеріалі коротких оповідань) / А. Л. Палійчук // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : “Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов”. – 2012. – № 1002. – Вип. 69. – С. 15–21.
16. Полуйкова С. Ю. Персуазивные стратегии в современном просветительском дискурсе / С. Ю. Полуйкова // Вестник Пермского университета. Серия : “Российская и зарубежная филология”. – 2010. – Вып. 4(10). – С. 63–67.
17. Поршнев Б. Ф. О начале человеческой истории (проблемы палеопсихологии) / Борис Фёдорович Поршнев ; [науч. ред. О. Т. Вите]. – СПб. : Алетей, 2007. – 720 с.

18. Романченко І. О. Тактики стратегії дискримінації у німецько-мовному публіцистичному дискурсі / І. О. Романченко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2012. – № 1002. Серія “Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов”. Вип. 69. – С. 27–33.
19. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : [монографическое учебное пособие] / Елена Александровна Селиванова. – К. : Брама, 2004. – 336 с.
20. Сідак О. О. Гумористичний ефект як умова комунікативної успішності тактики образи в англomовному політичному дискурсі / О. О. Сідак // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : “Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов”. – 2012. – № 1002. – Вип. 69. – С. 34–38.
21. Советский энциклопедический словарь / [гл. ред. А. М. Прохоров]. – М. : Советская энциклопедия, 1987. – 1599 с.
22. Спосіб [Електронний ресурс] // Философский словарь. – Режим доступа : <http://slovari-online.ru/word>.
23. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : [навчальний посібник] / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш, О. Д. Бойко, В. В. Остроухов ; [за заг. ред. Є. Д. Скулиша]. – К. : ЗАТ “ВПОЛ”, 2011. – 248 с.
24. Тактика [Електронний ресурс]. – Режим доступа : // <http://ru.wikipedia.org/wiki>.
25. Тузлукова В. Научно-педагогический глоссарий учителя экономики [Електронний ресурс] / В. Тузлукова. – Режим доступа : <http://vocabulary.ru/dictionary/418/word/sposob>.
26. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: [учебное пособие] / Валерия Евгеньевна Чернявская. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 136 с.
27. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие : онтология и методология исследования : автореф. дисс. ... доктора филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Е. В. Шелестюк. – Челябинск, 2009. – 43 с.
28. Ярхо А. В. Смягчение (митигация) как когнитивный компонент реализации неуверенности речи / А. В. Ярхо // Вісник Харківського національного університету. – 2000. – № 500. – С. 140–144.
29. Hoffman M. Gestaltungsstrategien und strategisches Gestalten. Zur Persuasivität von Thematisierungsstilen im politischen Diskurs / M. Hoffman // Beiträge zur Persuasionsforschung. Unter besonderer Berücksichtigung textlinguistischer und stilistischer Aspekte / [M. Hoffmann, Ch. Keßler (Hrsg.)]. – Frankfurt a. M : Lang., 1998. – S. 57–97.
30. Kettmann B. Language and Politics. Persuasive Strategies in George Bush's Acceptance Speech and Inaugural Address / B. Kettmann // Moderne Sprachen. – 1990. – № 34. – P. 22–33.
31. Mulholland J. Handbook of Persuasive Tactics : A Practical Language Guide / Jon Mulholland. – L. ; N. Y. : Routledge, 2005. – 424 p.
32. Shuy R. W. Creating Language Crimes : How Law Enforcement Uses (and Misuses) Language / Roger W. Shuy. – Oxford : Oxford University Press, 2005. – 208 p.
33. Sornig K. Some remarks on linguistic strategies of persuasion / K. Sornig // Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse / [ed. Wodak R.]. – Amsterdam : Benjamins, 1989. – P. 95–114.

*Дата надходження до редакції
01.10.2012*