

ЛУХИНА Евгения Валерьевна

**СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ДИСКУРС
В ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКОМ ОСВЕЩЕНИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО
АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТА
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

Специальность 10.02.04 – германские языки

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2011

Работа выполнена на кафедре английской филологии Тульского государственного педагогического университета имени Л.Н. Толстого

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Татьяна Андреевна Комова,
профессор кафедры английского языкознания
филологического факультета ФГОУ ВПО
«Московский государственный
университет имени М.В. Ломоносова»

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Назаренко Алла Леонидовна,
доцент кафедры лингвистики и
информационных технологий факультета
иностранных языков и регионоведения
ФГОУ ВПО «Московский государственный
университет имени М.В. Ломоносова»

кандидат филологических наук, доцент
Уланова Светлана Борисовна,
доцент кафедры психологии и лингвистики
Рязанский институт (филиал) ГОУ ВПО
«Московский государственный открытый
университет»

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Всероссийский заочный
финансово-экономический институт»

Защита диссертации состоится **_10 февраля 2011_** года на заседании диссертационного совета Д. 501.001.80 при ФГОУ ВПО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» по адресу: 119991, ГСП-1, Москва, Ленинские горы, МГУ им. М.В. Ломоносова, 1-й учебный корпус, филологический факультет.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке 1-го учебного корпуса ФГОУ ВПО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова».

Автореферат разослан «31» декабря 2010 г.

Учёный секретарь диссертационного совета
доктор филологических наук, профессор

Т.А. Комова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Социально-ориентированный дискурс исследует важные сферы жизнедеятельности общества: образование, медицину, пенсионное обеспечение, страхование, налогообложение и кредитование. Он отражает речевое поведение и дискурсивные практики государственных служащих, социальных работников и представителей властных структур как гарантов и исполнителей в реализации социальной функции государства.

В реализации таких параметров как «качество», «доступность» и т.д. современный американский социально-ориентированный дискурс обнаруживает общее с лингвопрагматическими особенностями рекламного дискурса в целом. В социальном дискурсе социально-ориентированные услуги и товары представлены таким образом, чтобы ответственность за выбор услуг закреплялась за гражданином.

Социально-ориентированный дискурс выступает в качестве посредника между официальными институтами власти и населением, он создает необходимый эмоциональный фон, на котором проходит косвенная политическая проблематизация. Социально-ориентированный дискурс является неотъемлемой частью дискурса политического благодаря наличию в нем социально-значимой информации, направленной на достижение государством определенных социальных целей. Таким образом политический дискурс имеет элементы социально-ориентированного дискурса.

Реферлируемая работа на тему «Социально-ориентированный дискурс в лингвопрагматическом освещении (на материале современного американского варианта английского языка)» посвящена изучению социально-ориентированного дискурса как последовательности тематически тесно связанных друг с другом текстов, анализу и исследованию различных сторон современного американского социально-ориентированного дискурса в языковом и прагматическом аспектах и определению его статуса в рамках политического дискурса. Также социально-ориентированный дискурс рассматривается как особая стратегия и речевая тактика современного социального государства.

Выбор темы обусловлен растущим влиянием англоязычного социально-ориентированного дискурса в дискурсивных практиках, а также интересом к нему с

точки зрения его лингвопрагматических особенностей, сближающих его с рекламным дискурсом. Кроме того, данная тема выбрана из-за недостаточной изученности социально-ориентированного дискурса в составе политического.

Актуальность настоящей работы определяется необходимостью рассмотрения социально-ориентированного и политического дискурсов в качестве объектов лингвокультурологического анализа для раскрытия важнейших сторон коммуникации. Исследование актуально в силу того, что социально-ориентированная направленность изданий медицинских учреждений и социальных организаций не становилась предметом специального лингвистического исследования.

Научная новизна исследования определяется тем, что впервые проводится анализ дискурсивных практик американского социально-ориентированного дискурса в лингвопрагматическом аспекте и рассматриваются способы формирования профессиональной языковой личности, способы реализации тактики обещания и изучаются особенности реализации понятия «социальная справедливость», которое является ключевым понятием в социально-ориентированном дискурсе.

Теоретическая значимость работы состоит в развитии прагмафункционального подхода к анализу англоязычного дискурса, выделении социально-значимых параметров и категорий изучения социально-ориентированного дискурса, его выделении как особого вида коммуникативного взаимодействия с присущими ему специфическими категориальными признаками (структурными, лексическими, прагматическими), и определению его статуса в сопоставлении с рекламным и политическим дискурсами.

Практическая ценность исследования состоит в возможности использования собранного языкового и научного материала в курсах теории дискурса, теории коммуникации, прагматики, риторики и стилистики английского языка, страноведении, а также на лекционных и практических занятиях, посвященных проблемам межкультурной коммуникации.

Предметом исследования в диссертации является:

1) современный американский социально-ориентированный дискурс, представленный профессионально-ориентированными текстами и ESP текстами, опубликованными общественными и медицинскими учреждениями США;

2) соотнесенность социально-ориентированного дискурса с современным американским политическим дискурсом, представленным выступлениями и комментариями англоязычной и русскоязычной прессы на официальные выступления политических деятелей США.

Объект исследования - лингвопрагматические особенности социально-ориентированного дискурса, которые позволяют выделить его в отдельный вид коммуникации и текста, наряду с политическим и рекламным.

Теоретической основой исследования послужили: положения теории текста и лингвистики текста (работы И. Р. Гальперина, Е. А. Гончаровой); положения стилистики декодирования (работы И. В. Арнольд); положения теории дискурса (работы Т. А. ван Дейка, Н. Д. Арутюновой); положения теории коммуникации и анализа дискурса (работы Е.И. Шейгал, Т.А. Ван Дейка, Ю. Хабермаса, Е.С. Кубряковой); положения «новой риторики» (работы О. А. Ксензенко, Е. Н. Назаренко); положения когнитивной лингвистики (работы О.В. Александровой, Л.Л. Барановой, Е.С. Кубряковой); положения сопоставительной культурологии (работы Т.А. Комовой, В.В. Красных и т.д.).

В настоящей работе в качестве **методологической основы** проведенного исследования являются работы О.В. Александровой [Александрова, 2000], Л.Л. Барановой [Баранова, 2007], Е.С. Кубряковой [Кубрякова, 2001].

В анализ такого разностороннего явления, как социально-ориентированный дискурс, органично вплетается рассмотрение определенных экстралингвистических факторов его порождения и восприятия, благодаря чему и возникает необходимость рассматривать его как особый вид дискурса, применяя различные **методы работы с материалом**: метод анализа словарных дефиниций, метод сопоставительного анализа, обобщения и систематизации, метод прямого наблюдения объекта исследования в текстах, принадлежащих англоязычному социально-ориентированному и политическому дискурсу, с применением компонентного и

контекстуально-семантического анализа, а также элементов статистической обработки данных.

Цель данного исследования состоит в выявлении лингвистических и прагматических особенностей американского социально-ориентированного дискурса и его соотнесенности с политическим и заключается в исследовании реализации характерных прагматических и лингвостилистических особенностей социально-ориентированных изданий.

Поставленная цель диктует следующие **задачи исследования**:

- изучить понятие «социально-ориентированный дискурс», его соотношение с понятием «социально-ориентированный текст» и понятием «политический дискурс» для рассмотрения социально-ориентированного дискурса в составе политического,
- рассмотреть особенности американского социально-ориентированного дискурса и установить его основные лингвистические характеристики, обусловленные его прагматической установкой, и рассмотреть формы его реализации,
- рассмотреть понятие «языковая личность» в качестве субъекта американского социально-ориентированного и политического дискурсов и определить лингвостилистические средства реализации данного понятия в исследуемых типах дискурса,
- рассмотреть понятие «языковое манипулирование» в качестве функциональной характеристики американского политического дискурса и определить лингвостилистические средства его реализации,
- изучить лексико-семантическую группу «социальное государство», «социальная политика», «социальный институт» и «социальная справедливость», которые являются основополагающими понятиями в изучении текстов социально-ориентированного и политического дискурсов, и изучить лингвостилистические особенности выражения и реализации понятия «социальная справедливость» в современном американском социально-ориентированном дискурсе,
- изучить понятие «речевая интенция обещания» и особенности его реализации в американском социально-ориентированном и политическом дискурсах,

- выявить системообразующие элементы американских политико - социальных отношений на основе изучения социально-ориентированного языка в текстах социального дискурса.

Материалом исследования послужили 296 страниц аутентичных текстов социально-ориентированного дискурса, полученных методом сплошной выборки из современной американской рекламной литературы, представленной журналами, газетами, проспектами, брошюрами и т.д. Примерами политического дискурса стали публичные речи американских президентов Д. Буша и Б. Обамы (2001г., 2009г.).

Апробация работы. Основные положения диссертации обсуждались на региональных и международных научных конференциях в ТГПУ им. Л.Н. Толстого в 2008, 2009 и 2010 гг., в ТГУ в 2009 г. и в Воронежском университете в 2007 г. Основные наблюдения и выводы по теме исследования отражены в пяти публикациях.

В соответствии с поставленной целью и задачами **на защиту выносятся следующие положения:**

1. Социально-ориентированный англоязычный дискурс представлен социально-ориентированными изданиями различных социальных и медицинских учреждений и организаций США. В нем обнаруживаются характеристики, сближающие его с рекламным и политическим типами дискурса.
2. По своим целям и лингвосоциальным практикам социально-ориентированный дискурс сближается с рекламным дискурсом в выборе языковых средств убеждения и воздействия (предлагая набор медицинских услуг и оборудования, а также необходимую социально-значимую информацию: **best care and attention, good medicare, you have a choice!**, и т.д.).
3. Лингвопрагматические особенности построения социально-ориентированного дискурса сближают его с политическим дискурсом, реализуя понятия равенства, справедливости, гарантий прав и свобод граждан в выборе медицинских услуг (**We provide... We specialize in... you have the right to receive the best care**, и т.д.).

4. Социально-ориентированный дискурс выделяется как разновидность общественно-политического взаимодействия благодаря особенностям своего прагматикона, элементам реализуемой в нем терминологии и использованию ключевых слов-сигналов (group therapy, life style plan, adult day health services, Hospice, food menu choices, nutrition, и т.д.).

5. В рамках социально-ориентированного дискурса формируется профессиональная языковая личность – медицинский и социальный работник (doctors, nurses, healthcare providers, hospital teams, и т.д.), владеющий языковой культурой, практиками воздействия и взаимодействия с различными группами населения (parents/children, mature adults, disabled, и т.д.).

6. Социально-ориентированный дискурс современной Америки объективно отражает социально-политическую ситуацию в стране и подтверждает, что тенденции вытеснения платной медицины системами обязательного медицинского страхования и национально-государственного здравоохранения оказывается вполне устойчивой и способствует преобразованию системы здравоохранения США в целом.

Структура и объем исследования определяются его задачами. Диссертация состоит из Введения, 5 глав, Выводов по главам, Заключения, Списка использованной литературы, Списка источников исследования, Приложения 1 и Приложения 2. Общий объем работы 196 страниц.

Основное содержание работы

Во **Введении** обосновывается выбор темы, её актуальность, новизна, теоретическое значение и практическая ценность работы, определяются цели, задачи исследования, описывается материал исследования, перечень информационных изданий, на основе которых была проведена аналитическая часть исследования.

В **Главе 1 «Методологические основания изучения социально-ориентированного дискурса»** рассматриваются различные подходы к определению понятия «дискурс» и его соотношение с понятием «текст». Впервые термин «дискурс» был введен в научную теорию лингвистики текста американским учёным З. Харрисом в 1952 году. В его понимании дискурс — это речь, наделенная социокультурным измерением, или язык, преобразованный говорящим субъектом

и включенный в конкретный социокультурный контекст¹. В концепции ван Дейка «**дискурс**» определяется как особое коммуникативное событие, как «сложное единство языковой формы, значения и действия»². С позиций когнитивной лингвистики дискурс — это процесс живого вербализуемого общения, характеризующийся множеством отклонений от канонической письменной речи.

Одновременно с З. Харрисом определить дискурс пытался Ю. Хабермас³. Но в отличие от его теории, где дискурс является идеальным видом коммуникации, который осуществляется в *отстранении* от социальной реальности, в данной работе поддерживается то высказывание автора, согласно которому **дискурс** – это метод аргументативного исследования языковых выражений с целью достичь *согласия* для всех, кто принимает участие в дискурсе, несмотря на различие политических взглядов.

Опираясь на положения теории дискурса, теории коммуникации и анализа дискурса, в данной работе принимается следующее определение: **дискурс** – это совокупность языковых текстовых и речевых практик, которые идентифицируют участников дискурса и формируют конкретную тематику коммуникации.

При соотношении понятий «**дискурс**» и «**текст**» многие ученые пришли к общим выводам, что категория дискурса относится к области лингвосоциального, а текст – к области лингвистического; понятие «текст» связывается с письменной формой его реализации в отличие от дискурса, представленного в устной форме речи; дискурс – это комплексная форма языковых действий, которая проявляется в согласованности текстов. «Текст - абстрактная формализованная единица, а дискурс – это актуализация текста». Однако с этим можно согласиться только до некоторой степени, поскольку при обращении к текстам социально-ориентированного дискурса многие общие положения теории текста и дискурса требуют уточнения.

Вот почему в **Главе 2 «Социально-ориентированный дискурс в англоязычном коммуникативном пространстве»** научный интерес представляет англоязычный социально-ориентированный дискурс во всех формах его реализации.

¹ Философия: Энциклопедический словарь / гл. ред. А.А. Ивин.- М.: Гардарики, 2004.- С. 211.

² Ван Дейк Т.А. Язык, познание, коммуникация. М., 1989.- С.218.

³ Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность: лекции и интервью: пер. с нем. / Юрген Хабермас.- М.: Наука, 1992.- С. 77.

В работе делается попытка типологического описания материала. Любой текст **социально-ориентированного дискурса** возникает в определенной индивидуальной и социальной реальности как синтез отражения этой реальности и самовыражения субъекта или субъектов деятельности. Рассматриваемые образцы социально-ориентированного дискурса представляют собой печатные тексты различных американских организаций в виде брошюр и буклетов **4 групп**: издания для пожилых людей, для родителей и их детей, издания по тематике: групповая терапия и здоровое питание.

Группу **«For mature adults»** условно разделили на издания общего содержания, издания по оказанию скорой помощи благодаря специальному оборудованию и издания по решению конкретных проблем со здоровьем. В изданиях социально-ориентированного дискурса группы **«Group therapy»** выделены подгруппы: информационная литература службы Hospice, брошюры медицинского центра в штате Мэн, тексты, описывающие медицинское оборудование, брошюры общего содержания, брошюры только для женщин, издания National program и Social Security. В группе **«For parents and children»** издания американского социально-ориентированного дискурса разделены на: здоровье и забота о детях. В группе **«Food»** анализируются тематические подгруппы: здоровое питание, Мы работаем для Вас.

Данные образцы американского социально-ориентированного дискурса описывают работу различных государственных и профессиональных организаций, предлагающих свои услуги на уровне города (Augusta), штата (Maine) и государства в целом (США), что позволяет говорить о наличии разноуровневых структур в области современного американского соцобеспечения.

С целью изучения языкового аспекта социально-ориентированного дискурса было рассмотрено понятие **«языковой личности»**. Предложенное Ю.Н. Карауловым⁴ определение языковой личности как «совокупности способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений» было рассмотрено с позиции трехуровневой теоретико-гносеологической мо-

⁴ Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М, 2006.- С. 51.

дели, включающей вербально-семантический (семантикон), лингвокогнитивный (тезаурус) и мотивационный (прагматикон) уровни.

Проанализировав особенности реализации данной модели, можно заключить, что на уровне лексикона **высокочастотные слова** в текстах социально-ориентированного дискурса 4-х проанализированных групп health (healthy), care (caring), help, need, healthcare provider (team) и menu, food, choice, meal, nutrition, lifestyle являются «**идеологемами**», т.к. представляют семантико-тематическое обозначение духовных ценностей составителей подобных брошюр, т.е. коллективных авторов. Например:

1. Remember, you are paying for the visit, and it is your **health care** that is being discussed.
2. We encourage **health care professionals** to use our practical expertise and support in **caring** for patients.
3. Taking simple steps to combine McDonald's **menu choices** with an active **lifestyle** can help you adopt a lifelong balanced **lifestyle** plan that works.

Профессиональная специализация (specially trained nurses, doctors, experts, pharmacists, health care teams and providers, и т.д.), названия фирм и организаций (Lifeline, HealthReach Hospice, MaineGeneral Medical Center, McDonald's и т.д.) в социально-ориентированном дискурсе служат способом самоутверждения корпоративной, **профессионально подготовленной языковой личности**, обоснованием ее авторитета и профессионализма в сфере медицинских услуг.

Также было логично рассмотреть вербально-семантический уровень с позиции трех лексико-семантических групп: 1) **кто** предлагает свои услуги (врачи, организации и т.д.), 2) **что** предлагается (services, help, food и т.д.), и 3) **кому** это предлагается (clients, patients, customers, you). Изученный материал позволил прийти к выводу, что выделенные лексико-семантические группы выполняют в тексте важнейшую **функцию экспликации** когнитивного компонента дискурса. Например:

1. For more information on medication-taking systems, ask a member of your **health care team**.
2. It is a program offering **adult day health services**.

3. We respect the needs and choices **of the individual and family**, emphasize the quality of life, not the duration.

В выделенной категории слов «кто» встречаются предикативные конструкции и словосочетания: «We think», «We know», «We realize» в настоящем времени изъявительного наклонения, что подчеркивает отсутствие временных ограничений на оказываемые услуги, и использование личного местоимения *we* говорит о **персонализации коллективного автора**: We **realize** that with any new setting and routine, it can take several visits to feel comfortable.

Также в анализируемых буклетах распространены предикативные конструкции «We offer», «We provide», «We specialize in», «We focus on», которые репрезентируют действия, поступки и намерения тех, кто призваны оказывать помощь:

1. We **provide** equipment best suited to the needs of the client from companies such as Rescue Alert and Lifeline.

2. We **specialize in** providing 24-hour safety throughout your home and property.

Частое употребление личного местоимения *we* свидетельствует о том, что все организации и социальные институты, чья деятельность описана в социально-ориентированном дискурсе, являются коллективным гарантом, а профессиональная языковая личность в исследуемом дискурсе представлена носителем социальных гарантий.

Обилие номинативных конструкций в текстах социально-ориентированного дискурса на грамматическом уровне говорит о том, что все организации, вовлеченные в процесс оказания медицинских услуг, представлены активными контролерами жизненных ситуаций: профессионалы контролируют процесс лечения и знают, как добиться лучших результатов, организации, занимающиеся вопросами питания, предлагают оптимальные меню для сбалансированного питания и здорового образа жизни.

Анализ **уровня прагматикона** подразумевал анализ обещаний, сделанных коллективным автором. Рассмотрению подверглись такие показательные явления, как мотивы, установки, цели, интенции, оценки и самооценки. Изучив группы «ко-

му» и «что», можно заключить, что те, кто обеспечивают услуги, не отделяют себя от потребителей этих услуг:

1. **Good medical care** can help us to live **long, healthy and fulfilling lives**.
2. Your complete **satisfaction** is our **top priority!**
3. You have the right to receive the **best care and attention** possible.

Наличие оценок и самооценок; любовь к моральным суждениям и ценностям, акцент на борьбе добра и зла – все это особенность **социально-ориентированного дискурса**. Оценочные высказывания здесь служат способом самоутверждения коллективного автора, обоснования высокого уровня оказываемых услуг. Роль оценок, как и многих других средств реализации ЯЛ, наиболее четко просматривается на фоне общей интенциональности профессионально-ориентированного дискурса.

Специфика социально-ориентированного дискурса заключается в том, что он опирается не только на **наивную картину мира** своих пользователей, затрагивая общечеловеческие ценности (здоровье, жизнь и т.д.). Описывая работу медицинских учреждений, нельзя не говорить о **научной картине мира** в рамках науки *medicine*, представленной профессиональной картиной мира (на примере различных профессиональных терминов). Рассмотренный в данной главе материал позволяет заключить, что вышеперечисленные аспекты трехуровневой структуры ЯЛ представляют собой не что иное, как реализацию интенции авторов социально-ориентированного дискурса и, в значительной степени, характеризуют их как **профессиональную языковую личность**.

В Главе 3 «Социально-ориентированный дискурс в составе политического дискурса» в центре внимания оказываются понятия «политический дискурс», «политический язык», «политическая речь», «языковое манипулирование» и рассматривается понятие «языковая личность» в американском политическом дискурсе для выявления схожих черт с социально-ориентированным дискурсом.

По существу **политический дискурс** является выражением всего комплекса взаимоотношений между человеком и обществом, и, таким образом, это явление функционально направлено на формирование у реципиентов некоторого фрагмента картины мира. Общественное предназначение политического дискурса состоит в

том, чтобы внушить адресатам (гражданам сообщества) необходимость «политически правильных» действий. Иначе говоря, цель политического дискурса – не описать, а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию.⁵ По мнению Е.И. Шейгал⁶, в большинстве работ такие термины, как язык политики, политическая коммуникация и политический дискурс используются практически как взаимозаменяемые. Существование **политического языка** в составе национального обсуждается А. Н. Барановым и Е. Г. Казакевич, которые считают, что «политический язык - это особая знаковая система, предназначенная именно для политической коммуникации». А П. Б. Паршин подчеркивает, что «что обычно имеется в виду под языком политики, в норме не выходит за рамки грамматических и лексических норм соответствующих «национальных» языков».⁷

В США политический дискурс имеет большое влияние на сам демократический процесс. И хотя это относительно новое явление в американской истории, сегодня он представлен, в основном, в форме президентских речей или обращений.

Speechmaking is one of the classical devices for communication between the chief executive and the people he represents. It is one of the methods by which he announces policy, acquires the loyalty of special interest groups, tries to subvert the will of Congress when it suits his purposes and unifies the nation in time of crisis.⁸

Публичная речь, в частности инаугурационная, представляет собой один из феноменов культурно-политической идентификации США. Инаугурационная речь – это особый вид риторического дискурса, в котором предвосхищается лучшее будущее. Ритуал церемонии инаугурации развивает патриотизм, объединяет страну и обеспечивает организованный процесс смены власти⁹.

Специфика политической речи определяется ее содержанием, проблематикой, функциями воздействия и использованием характерных для этого вида деятельности коммуникативных стратегий и тактик.

⁵ Jensen J.V. Argumentation: Reasoning in Communication / J.V. Jensen.- New York: Van Nostrand, 1981.- p. 190.

⁶ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал.- М.:ИТДГК «Гнозис», 2004.- С. 245.

⁷ Политические коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / Ю.Ю. Петрунин и др.- М.: Аспект Пресс, 2004.- С. 132.

⁸ Комова Т.А. Основы сопоставительной культурологии / Т.А. Комова.- М.: Изд-во МГУ, 2000.- С. 94.

⁹ Чикилева Л.С. Риторический дискурс: когнитивно-прагматический и структурно-стилистический аспекты / Л.С. Чикилева. – М.: Флинта: Наука, 2005.- С. 118.

Одной из наиболее часто используемых тактик в политическом дискурсе является **тактика языкового манипулирования сознанием**. Под языковым манипулированием понимают «вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент».¹⁰ Для текста политического дискурса характерны тактики надевания маски и игры мотивом. Примером политического дискурса в настоящем исследовании послужила инаугурационная речь Б.Х. Обамы (21 января 2009 г.).

Надевание маски – это тактика, когда поведение адресанта строится на устранении социальных дистанций в общении со слушающим, т. е. на стремлении к солидаризации. Говорящий одновременно выступает как:

Информатор: *We remain the most prosperous, powerful nation on Earth.*

Комментатор: *Our workers are no less productive than when this crisis began.*

Собеседник: *On this day, we gather because we have chosen hope over fear, unity of purpose over conflict and discord.*

Советчик: *As for our common defense, we reject as false the choice between our safety and our ideals.*

Эмоциональный лидер: *The time has come to reaffirm our enduring spirit; to choose our better history...*

Также в политическом дискурсе используются «маски» наставника и трибуна для возвышения себя над окружающими.

Наставник: *America must play its role in ushering in a new era of peace.*

Трибун: *Those ideals still light the world, and we will not give them up for expedience's sake.*

Игра мотивом - наиболее сложная тактика, связанная с тайным вторжением во внутренний мир адресата через возбуждение потребностей. С опорой на иерархию потребностей, предложенную А. Маслоу¹¹, рассмотренные способы реализации этой тактики в политическом дискурсе позволили прийти к выводу, что все по-

¹⁰ Быкова О. Н. Языковое манипулирование: Материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи» / О.Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестн. Российской риторической ассоциации. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999. – С. 87.

¹¹ Maslow A. A theory of human motivation: psychological review / A.A. Maslow.- London, 1943.- p. 112.

требности активно встраиваются в контекст при построении текста политического обращения для максимального влияния на слушающего с целью побудить его к действиям в своих интересах.

Физиологические потребности: *To the people of poor nations, we pledge to work alongside you to make your farms flourish and let clean waters flow; to nourish starved bodies and feed hungry minds.*

Потребность в самосохранении: *We will restore science to its rightful place, and wield technology's wonders to raise health care's quality and lower its cost.*

Потребность в счастье: *The time has come to carry forward that precious gift, that noble idea that the God-given promise that all are equal, all are free and all deserve a chance to pursue their full measure of happiness.*

Потребность в уважении: *And we will transform our schools and colleges and universities to meet the demands of a new age.*

Потребность в самоутверждении: *The state of the economy calls for action, bold and swift, and we will act ... to lay a new foundation for growth.*

Многочисленное использование личного местоимения «мы» создает иллюзию включенности слушающего в личную сферу говорящего. Адресант акцентирует внимание на идее общности, намеренно увеличивая тем самым количество собственных сторонников.

Итак, желаемый результат (навязать слушающему определенное представление о действительности, сформировать нужное отношение к ней, вызвать необходимую адресанту эмоциональную реакцию) достигается за счет правильно выбранной эффективной тактики (надевание маски и игра мотивом) для достижения поставленной цели - воздействовать на интеллектуальную, волевою и эмоциональную сферу адресата.

Изучение понятия «**языковая личность**» в политическом дискурсе на примере инаугурационной речи 44-го президента США Барака Обамы помогло заключить, что его картина мира проявляется в следующих ключевых словах: generation, purpose, government, people, nation, economy, dignity, peace, free.

1. We remain a young **nation**.

2. America must play its role in ushering in a new era of **peace**.
3. We the **people** have remained faithful to the ideals of our forebears, and true to our founding documents. So it has been. So it must be with this **generation** of Americans.

Лексико-семантические группы «кто» и «кому» представляют собой особый интерес, так как они вербализованы с помощью местоимения 1 лица мн.ч. we, подразумевая we – the government (кто) и we - the people (кому). Президент не отделяет себя от общества своей страны и считает себя его полноценной частью:

1. **We the people** have remained faithful to the ideals of our forebears. (кому)
2. **We** remain the most prosperous, powerful nation on Earth. (кто)

В лексико-семантической группе «кто» чаще всего встречаются глагольные конструкции в будущем времени изъявительного наклонения, чем подчеркивается общая интенциональность профессионально-ориентированного дискурса. Использование личного местоимения теперь говорит о **персонализации** автора. Наличие оценок и самооценок также служит способом самоутверждения персонализированного автора и напоминает об уровне выполняемых обязанностей:

1. And **we will act** — not only to create new jobs, but to lay a new foundation for growth.
2. **We will work** tirelessly to lessen the nuclear threat, and roll back the specter of a warming planet.

Лексико-грамматический анализ политических выступлений национального лидера позволяет заключить, что президент – **политическая языковая личность**, это персонализированный коллективный гарант, носитель государственных гарантий, основанных на Конституции¹².

Рассмотрение социально-ориентированного дискурса в составе политического представляется возможным благодаря наличию в политическом дискурсе социально-значимой информации, поскольку политический дискурс имеет элементы социально-ориентированного дискурса. Проведенный анализ инаугурационной речи Джорджа Буша позволил вычленил социально–значимый компонент президент-

¹² Конституция США (англ. United States Constitution) — основной закон США, имеющий высшую юридическую силу. Конституция США была принята 17 сентября 1787 года на Конституционном Конвенте в Филадельфии и впоследствии ратифицирована всеми тринадцатью существовавшими тогда американскими штатами.

ского политического дискурса и дал представление о социальных ценностях, упомянутых в программной речи национального лидера США.

Обращаясь к гражданам своей страны, президент не может не упомянуть **жизненно-важные ценности**: Together, we will reclaim America's schools, before ignorance and apathy claim more **young lives**.

В любой стране должна быть вера, поэтому Президент не может не говорить о **религиозных ценностях**: Our **democratic faith** is more than the creed of our country, it is the **inborn hope of our humanity**, an ideal we carry but do not own, a trust we bear and pass along.

Работа любого политического деятеля ставит целью улучшить жизнь общества, таким образом **социальные ценности** также обсуждаются: With a simple oath, **we affirm old traditions and make new beginnings**.

Этика - один из основных принципов жизни любого человека, поэтому Джордж Буш говорит и о **моральных ценностях**: I will work to build **a single nation of justice and opportunity**.

И, наконец, будучи политическим деятелем, президент не может не говорить о политике и **политических ценностях**: **Our unity, our union**, is the serious work of **leaders and citizens** in every generation.

Итак, обращаясь к нации, Джордж Буш намеревался отрегулировать социальное поведение, и подвигнуть людей на действия, в основании которых будет получено удовлетворение морального требования, понимаемого как внутреннее стремление человека к добру, правосудию, благосостоянию других людей, общества и целого мира. Однако именно социально значимые ценности оказываются самыми сложными для реализации в масштабах целого государства, поэтому социально-значимая составляющая политического дискурса, включающая информацию о социальных ценностях и благосостоянии государства, имеет форму самых общих замечаний и в изученном тексте занимает не более 15%.

Глава 4 «**Речевая интенция обещания и ее реализация в американском политическом и социально-ориентированном дискурсах**» рассматривает понятие

«обещание» как неотъемлемую часть современной социально-политической жизни США и выявляет языковые способы его реализации в изучаемых видах дискурса.

Толково-комбинаторный словарь русского языка дает такое определение: «**Обещание** - высказывание, в котором человек сообщает о том, что берёт на себя обязательство сделать что-либо или не делать чего-либо, а также само такое обязательство».¹³

Речевая интенция обещания является сложным многоуровневым образованием, каждый значимый компонент которого имеет свои вербальные средства выражения в пределах одного высказывания, являющегося продуктом определенного акта речи, и выступающего средством выражения его интенционального значения.

По результатам компонентного анализа, проведенного политологами-аналитиками¹⁴, известно, что центральным элементом предвыборной программы Б. Обамы стало обещание провести **реформу здравоохранения**, которая предусматривает обязательное страхование и обеспечение медицинской помощи всем гражданам страны, что улучшит жизнь всех американцев.

Для выяснения степени выполнения данных президентом обещаний были проанализированы американский политический и социально-ориентированный дискурсы, т.к. они, отражая общественно-политическую жизнь страны, несут в себе элементы её культуры, общие и национально-специфические культурные ценности.

В политическом дискурсе используются **три стратегии**: стратегия на понижение; стратегия на повышение; стратегия театральности. Каждая стратегия исследуемого дискурса реализуется благодаря использованию определённого набора тактик.¹⁵ **Тактика обещания** в политическом дискурсе реализуется посредством политических перформативов. К наиболее значимым из них относятся **перформативы обещания**.¹⁶ Обещание как ведущая интенция политического дискурса реа-

¹³ Толково-комбинаторный словарь русского языка. Опыты семантико-синтаксического описания русской лексики / гл. ред. Мельчук И.А.- М., 1984.- С. 218.

¹⁴ Баллаева, Е. Планы реформы здравоохранения в США [Электронный ресурс]: <http://www.infox.ru>

¹⁵ Михалева, О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева.- М.: Изд-во Либроком, 2008.- С. 173.

¹⁶ Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ...докт. филол. наук / Шейгал Елена Иосифовна.- Волгоград, 2000.- С. 219.

лизуется в четырех подтипах интенциональных значений: обещание-намерение, обещание-желание, обещание-стремление и обещание-клятва.¹⁷

Приведем примеры из инаугурационной речи Б. Обамы. **Обещание-намерение** указывает на замысел адресанта выполнить действие и содержит оценку адресантом возможности осуществления обещанного: *The question we ask today is not whether our government is too big or too small, but whether it works — whether it helps families find jobs at a decent wage, care they can afford, a retirement that is dignified. Where the answer is yes, **we intend to move forward.***

Обещание-желание относится к когнитивной сфере, в которой акцентируется внимание на внутренней потребности выполнить действие, осуществить что-либо: *We are shaped by every language and culture, drawn from every end of this Earth... so **we cannot help but believe** that the old hatreds shall someday pass; that the lines of tribe shall soon dissolve; that ... our common humanity shall reveal itself.*

Обещание-стремление предполагает настойчивость и устремленность к осуществлению чего-либо, поэтому использование высказываний, реализующих данную интенцию, означает направленность на осуществление обещаний: *With old friends and former foes, **we will work tirelessly** to lessen the nuclear threat, and roll back the specter of a warming planet.*

Обещание-клятва с использованием выражений «клянусь», «клятвенно обещаю» и т.п. часто в политическом дискурсе заменяются близкими по смыслу или тождественными выражениями «брать на себя ответственность / обязанность...», «считаю обязанностью/ долгом»: *To the people of poor nations, **we pledge to work alongside you to make your farms flourish and let clean waters flow; to nourish starved bodies and feed hungry minds.***

На уровне лексикона **тактика обещания** манифестируется формами будущего времени глаголов. В проанализированной речи предпочтение отдано модальным глагольным словосочетаниям глагола will с местоимением 1 лица мн.ч. we: ***We will harness the sun and the winds and the soil to fuel our cars and run our factories.***

¹⁷ Андрияшченко, О.К. Прагматические особенности агитационной листовки в казахстанском предвыборном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Андрияшченко Ольга Константиновна. - Республика Казахстан, Алматы, 2009. – С. 9.

Для обозначения отношений с властью и избирателями наиболее часто употребляются лексические единицы двух групп, которые можно условно обозначить: 1. «забота — помощь» (помощь, благополучие, здоровье, образование, пенсия) и 2. «порядок — закон» (право, защита, безопасность). Граждане требуют заботы, помощи, порядка, а кандидаты (потенциальная власть), соответственно, обещают навести порядок, помочь и позаботиться.

Тем не менее, социально-ориентированная составляющая политического (президентского) дискурса при всей своей важности для населения остается конкретизированной в меньшей степени и в программных выступлениях национальных лидеров принимает форму самых общих заявлений (to let clean waters flow, to nourish starved bodies and feed hungry minds).

Специфика **социально-ориентированного дискурса** прослеживается в выборе тем. В качестве объекта здесь выступает поведение человека, способствующее решению социальных проблем. Одной из них является медицинское обслуживание, поэтому участниками социально-ориентированного дискурса могут являться врачи, пациенты, родственники пациента, медсестры и психологи.

Тактика обещания относится к информирующим речевым действиям в социально-ориентированном дискурсе. Причем, обещание может быть выполнено при соблюдении пациентом определенных **условий** - явных и скрытых. **Явное** условие вводится союзом **if** и выполнение обещания напрямую зависит от выполнения пациентом данного условия: **If** you are disabled, you **may** be eligible for Medicare before age 65. **Скрытое** условие маскируется в конструкциях с модальными глаголами (should, must, may, can, will) с различной семантикой (совета, долженствования, возможности, т.д.), иногда в сочетании с инверсированными инфинитивными конструкциями или герундиальными оборотами: **To get** the most benefit from medications and **to reduce** the risks, you **must** take them properly. Также скрытое условие можно увидеть в высказываниях общего характера: Good communication with your physician or nurse is **key**. Использование повелительного наклонения в американском социально-ориентированном дискурсе подчеркивает доминантное положение врачей в общении с пациентами, их авторитет и прекрасное знание современных

угроз здоровью: **Help** your baby get a good start in life! **Don't** smoke, drink or use drugs.

Тем не менее, обещание в социально-ориентированном дискурсе выступает двусторонним явлением, выполнение которого зависит не только от социальных работников. Соответственно, ответственность за невыполнение какого-либо обещания лежит, в основном, на пациентах.

В четырех подтипах интенциональных значений тактики обещания социально-ориентированный дискурс наиболее ярко представлен в типах:

обещание-желание: We **want to offer** you a complimentary program.

обещание-стремление: The **primary goal** is to honor patients' choices and help them live comfortably.

и **обещание-клятва:** We **are committed** to promoting greater awareness of the importance of quality child care.

Тип **обещание-намерение** в анализируемых текстах не представлен.

Исследование материала позволяет сделать вывод, что в социально-ориентированном дискурсе, равно как и в политическом, тактика обещания выражена имплицитно т.е. говорящий не прибегает к использованию вербальных средств экспликации речевой интенции обещания, прямые обещания с перформативом «*обещаю*» в текстах изученных дискурсов не употребляются. Этот факт подтверждает вывод о «**смысловой неопределенности**»¹⁸ данных видов дискурса, говоря о типичности размытого характера политических и социальных обещаний.

В Главе 5 «**Понятие социальной справедливости и его языковая реализация в американском социально-ориентированном дискурсе**» социально-ориентированный дискурс рассматривается составной частью социальной политики США и средством реализации его социальной функции, в основе которой лежит принцип социальной справедливости.

Деятельность **государства** многогранна, она охватывает самые различные стороны общественной жизни и имеет *социальное назначение*.¹⁹

¹⁸Комова, Т.А. Речевые стереотипы и речевое поведение / Т. А. Комова // Язык средств массовой информации: сб. статей / Под ред. М.Н. Володиной.- М., Академич. Проект, Альма Матер, 2008.- С. 288.

¹⁹ Теория государства и права: учебник / В.Д. Перевалов.- М.: Норма, 2007.- С. 132.

Социальная функция государства - одно из основных направлений его деятельности, осуществляемое в социальной сфере общественных отношений, по обеспечению гражданам достойного уровня жизни, разрешению социальных противоречий и реализации согласованных интересов граждан. Рассматриваемая функция связана с понятием **социального государства**, деятельность которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека, защиту семьи, социальную защищенность и т.п.

Социально-ориентированный дискурс, появившийся относительно недавно, занимает все более прочные позиции и, как средство реализации социальной функции государства, используется политтехнологическим сообществом США и институтами его государственной власти – **социальными институтами**.

Задачи **социальной политики США** охватывают стимулирование экономического роста и подчинение производства интересам потребления, усиление трудовой мотивации и деловой предприимчивости, обеспечение должного уровня жизни и социальной защиты населения, сохранение культурного и природного наследия, национального своеобразия и самобытности.

Социальная политика США существует с 30-х годов прошлого столетия (время Великой Депрессии), когда начала развиваться современная американская система благосостояния.²⁰ **Инструментами** социальной политики современной Америки выступают социальная защита, социальная помощь и социально-ориентированный дискурс. **Социальная защита** – это совокупность практических мероприятий, проводимых государством для поддержания материального благополучия тех слоев населения, которые по объективным причинам не могут самостоятельно зарабатывать деньги для поддержания среднего для данного общества уровня жизни. **Социальная помощь** ориентирована на материальное обеспечение престарелых и нетрудоспособных граждан, а также семей, в которых есть дети. **Социально-ориентированный дискурс** - это сильный инструмент формирования общественного мнения, который активно применяется государственными структурами и программами соцобеспечения США.

²⁰ Paul E. Johnson, Nancy Woloch. United states (History) (США).

Одной из самых распространенных программ является **Медпомощь** (Medicaid), в рамках которой предоставляется медицинская помощь людям и семьям с низким доходом, имеющим детей-иждивенцев, а также пожилым и нетрудоспособным людям с низким доходом. Наряду с этой программой работает **Американская Медицинская Ассоциация** (American Medical Association (АМА)), общество медиков-профессионалов в Соединенных Штатах. Также популярны **дома престарелых или инвалидов** с медицинским обслуживанием Nursing Homes, которые заботятся о людях с серьезными медицинскими проблемами. Учреждения типа **Организации Медицинского Обеспечения** (Health maintenance organizations) (НМОs) предлагают любые медицинские услуги в обмен на ежемесячную премиальную оплату участника страхования.

Реальное содержание упомянутых программ находит отражение в современном **американском социально-ориентированном дискурсе**, который служит целям: создать некий эмоциональный фон, на котором проходит косвенная политическая проблематизация, способствует формированию социальной базы реформ. С помощью социально-ориентированного дискурса США решает гуманистическую и образовательную задачи, привлекая внимание общественности к социальным проблемам.

Социальная сфера общественных отношений включает в себя государственную систему социального обеспечения и социальных услуг, участие частных капиталов в создании социальных фондов, социальную инфраструктуру, а также реализацию принципа **социальной справедливости**.²¹

Социальная справедливость представляет собою ценность, т.е. реальный факт общественной и индивидуальной жизни. Понятие **«социальная справедливость»** предполагает относительно равномерное распределение всех или некоторых благ в обществе.²²

Идея справедливости во всех отношениях имеет непреходящее значение для **медицинской практики**. Солидарность в распределении шансов на здоровье и в представлениях о справедливости является условием для образования качествен-

²¹ Философский словарь.- М., 1997.- С. 149.

²²Смелзер, Н. Социология / Н. Смелзер.- М.: Феникс, 1994.- С. 127.

ной и эффективной политической программы в области здравоохранения. Основные задачи государственной политики США в области здравоохранения заключаются в обеспечении доступа к услугам здравоохранения, а также определении их объема и желаемого качества. Известно, что в США существует **2 вида страхования**: медицинское страхование (Health Insurance) и страхование по нетрудоспособности (Disability Insurance).

Анализ ряда специальных изданий социально-ориентированного дискурса убеждает, что социальная справедливость, как понятие о должном, неразрывно связано с неотъемлемыми правами человека.

В изученных материалах понятие социальной справедливости реализуется по нескольким направлениям:

- осуществляется **индивидуальный подход** к нуждам клиентов с реализацией их права на получение **качественного лечения и обслуживания**:

1. Talk to your healthcare provider about beginning an exercise program that's **right for you**.

2. We provide equipment **best suited to the needs** of the client.

- в вопросах **оплаты** данные учреждения предлагают простые решения:

Our staff can assist in processing **low-interest loans** for adaptive equipment.

- осуществляется реализация **прав** клиентов:

You have the **right to receive the best care and attention** possible.

Тем не менее, учитывая, что социальная справедливость - это *относительно* равномерное распределение всех или некоторых благ в обществе, можно утверждать, что плата за медицинские услуги покрывается не всеми страховыми компаниями или рассчитана не на всех, что услуги некоторых организаций предназначены для ограниченного количества людей и т.д.: The goal of the TAKE CARE program is to promote healthy lifestyles in people **over the age of 55**.

Таким образом, лингвопрагматический анализ текстов социально-ориентированного дискурса позволяет прийти к выводу, что в понимании американских медицинских учреждений и общественных организаций социальная справедливость подразумевает такое разделение прав, которое принято считать пра-

вильным *только в среде американцев, при сложившихся экономически и политически обусловленных общественных отношениях.*

Как видно, для современной американской системы здравоохранения характерна высокая степень неравенства в распределении шансов на здоровье между отдельными гражданами и социальными слоями. На современную медицину США влияет оправдание справедливости как неравенства, поскольку оно используется для обоснования моральной приемлемости платной (частной) медицины. Американские государственные программы всеобщего здравоохранения являются разновидностью **социальной несправедливости**, так как предполагают насильственное перераспределение честно заработанной собственности.²³

В **Заключении** сформулированы основные выводы проведённого исследования.

Социально-ориентированный дискурс - это вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям. Это сильный инструмент формирования общественного мнения, поэтому для выполнения своей социальной функции США как социальное государство и пользуется таким относительно новым, но достаточно эффективным инструментом социальной политики как социально-ориентированный дискурс.

С филологической точки зрения текст социально-ориентированного дискурса возникает в определенной индивидуальной и социальной реальности как синтез отражения этой реальности и самовыражения субъекта или субъектов деятельности.

Изученный материал помог установить, что современный американский социально-ориентированный дискурс обнаруживает схожие черты как с рекламным дискурсом, предлагая потребителям набор медицинских услуг, оборудования и необходимую социально-значимую информацию, так и с политическим дискурсом, реализуя понятия равенства, справедливости, гарантий прав и свобод граждан в выборе предлагаемых услуг. Именно поэтому социально-ориентированный дис-

²³Сизова, И.Л. Социальное неравенство шансов на здоровье, нормы справедливости и государственная политика в области здравоохранения: экстраполяции [Электронный ресурс]: www.socpolitika.ru

курс США выделяется как особая разновидность общественно-политического взаимодействия.

Для изучения языкового аспекта социально-ориентированного дискурса были рассмотрены понятия «языковой личности» и «тактики обещания». Также лингвистическая сторона изучаемого материала оказывается значимой при рассмотрении этих понятий и в американском политическом дискурсе, поскольку он напрямую отражает социально-значимые практики, существующие в США.

Авторы текстов социально-ориентированного дискурса выступают профессиональной языковой личностью – это медицинский и социальный работник, владеющий языковой культурой и практиками воздействия и взаимодействия с различными группами населения. Авторы текстов политического дискурса выступают политической языковой личностью, персонализированным гарантом, т.е. носителем государственных гарантий, основанных на Конституции.

Тактика обещания в изучаемых видах дискурса выражена имплицитно, прямые обещания с перформативом «обещаю» не употребляются, что подтверждает вывод о «смысловой неопределенности» данных видов дискурса, говоря о типичности размытого характера социальных и политических обещаний.

Изучение прагматической составляющей социально-ориентированного дискурса США позволяет уточнить понятие «социальная справедливость», что доказывает, что современный социально-ориентированный дискурс Америки объективно отражает социально-политическую ситуацию в стране и подтверждает, что тенденция вытеснения платной медицины системами обязательного медицинского страхования и национально-государственного здравоохранения оказалась чрезвычайно устойчивой, обнаружив, что идея справедливости, проникая в область здравоохранения, преобразует ее. Для современной американской системы здравоохранения характерна высокая степень неравенства в распределении шансов на здоровье между отдельными гражданами и социальными слоями.

Таким образом, в ходе данного исследования были решены поставленные задачи и достигнута цель работы, заключающаяся в выявлении лингвопрагматических особенностей американского социально-ориентированного дискурса, в иссле-

довании и развернутом описании политико-социальных отношений посредством социально-ориентированного языка в изучаемом виде дискурса.

В перспективе результаты рассмотрения социально-значимых практик современного американского социально-ориентированного дискурса могут приобрести значение при изучении других типов дискурса, таких как образовательный, спортивный, культурный и т.д., которые имеют непосредственную связь с социально-ориентированным дискурсом.

Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:

- 1. Понятие «социальная справедливость» и его реализации в американском социально-ориентированном дискурсе // Известия Тул ГУ. Гуманитарные науки. Вып.2. Тула, 2009.- С. 249-259.**
2. Социальный аспект политической рекламы как предмет лингвокультурологического исследования // IV региональная научно-практическая конференция аспирантов, соискателей и молодых ученых «Исследовательский потенциал молодых ученых: взгляд в будущее». Тула, 2008.- С. 177-184.
3. Лингвостилистические средства реализации персуазивных стратегий в социальном рекламном дискурсе // Труды молодых ученых Воронежского Государственного Университета. Выпуск № 1-2, 2009.- С. 322-326.
4. Реализация тактики обещания в американском политическом дискурсе // Образование в современном мире: Материалы Междунар. науч.- практ. конф.: В 2 т. Т.2. Тула, 2009.- С. 216-221.
5. Лингвокогнитивные особенности языковой личности в американском социально-ориентированном дискурсе // Сборник материалов VI региональной научно-практической конференции аспирантов, соискателей и молодых ученых «Исследовательский потенциал молодых ученых: взгляд в будущее». Тула, 2010.- С. 211-214.