

УДК 811.112.2'42

Смоляна Т. А.

## КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ Й ТАКТИКИ, РЕАЛІЗОВАНІ МАКСИМАМИ Й. В. ГЕТЕ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

*У статті розглянуто характеристики публіцистичного дискурсу, функціонування німецькомовної максими Й.В. Гете в цьому дискурсі, визначено стратегії й тактики, реалізовані максимою. Встановлено, що максима в публіцистичному дискурсі інформує, а також закликає до роздуму, формує думку завдяки авторитету прецедентної особистості.*

**Ключові слова:** комунікативна стратегія, комунікативна тактика, максима, публіцистичний дискурс, цитата.

**Смоляная Т. А. Коммуникативные стратегии и тактики, реализованные максимами И. В. Гёте в публицистическом дискурсе. – Статья.**

*В статье рассматриваются характеристики публицистического дискурса, функционирование в нем немецкоязычной максимы И.В. Гёте, определены стратегии и тактики, реализованные максимой. Выявлено, что максима в публицистическом дискурсе информирует, а также призывает к размышлению, формирует мнение благодаря авторитету прецедентной личности.*

**Ключевые слова:** коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, максима, публицистический дискурс, цитата.

**Smolyana T. A. Communicative strategies and tactics realized by J. V. Goethe in publicistic discourse. – Article.**

*The article deals with characteristics of publicistic discourse, function of German maxim of J.V. Goethe in it. It is determined the strategy and tactics which are realized by maxim. It is proved that maxim in publicistic discourse informs, and encourages to realize. It forms meaning by virtue of a precedent person.*

**Key words:** communicative strategy, communicative tactics, maxim, publicistic discourse, quotation.

Феномен «дискурс» у лінгвістиці є сьогодні багатоплановим, одним із найбільш дискусійних і найчастіше вживаних науковцями.

У сучасній лінгвістиці дискурс розуміють як складне комунікативне явище, що не лише містить акт творення певного тексту, а й відображає залежність мовного твору від багатьох екстралінгвістичних обставин: знання про світ, поглядів, думок і конкретної мети мовця як його творця.

Як і І.С. Шевченко та О.І. Морозова, ми в межах інтегративного когнітивно-дискурсивного підходу з огляду на ментальні основи продукування й функціонування мовлення розуміємо дискурс як інтегральний феномен, як мисленнєво-комунікативну діяльність, що протікає в широкому соціокультурному контексті; це сукупність мовленнєвих актів, які охоплюють інтенціональний, контекстний, ситуаційний, метакомунікативний, денотативний, локутивний та ілокутивний аспекти [17, с. 27–28].

**Актуальність** дослідження визначається ідеєю екзистенційної форми мови як продукту людської діяльності, як призначеного для потреб людини посередника спілкування або здатності мовних засобів чинити регулятивний вплив на адресата (читача) на лінгвокультурному, соціальному рівнях у межах публіцистичного дискурсу.

Публіцистичний дискурс є дистантною формою комунікативної діяльності інституціонального й когнітивного характеру, основними учасниками якого є представники засобів масової інформації як соціального інституту та масова аудиторія [9, с. 11]. У дискурсі відображається складна ієрархія знання, необхідна для його створення та сприйняття [7]. Дискурс, крім суто лінгвального, має зовнішній екстралінгвальний і внутрішній лінгвокогнітивний виміри. Екстра-

лінгвальний план дискурсу охоплює інформацію про продуцента (статус, політичне спрямування, ідеологічну забарвленість, колективне авторство, оперативність створення й споживання тексту, періодичність) та інтерпретатора (орієнтацію на масову, жіночу, чоловічу, молодіжну аудиторію). Особливу увагу приділяють фактору адресата як активного інтерпретуючого початку в газетній публіцистиці. З огляду на зазначене варто говорити про публіцистичний дискурс як про окремий тип дискурсу, інституціолізовану мовленнєво-розумову діяльність [7], що має лінгвістичний і лінгвокогнітивний плани та здійснюється в межах друкованих засобів масової інформації.

Публіцистичний дискурс, досліджуваний Л.Т. Тишаковою, О.В. Дудолодовою, Я.Б. Брухаль, Л.Л. Черепановою, О.М. Мосейчук та іншими вченими, має потужний регулятивний потенціал. Регулятивним потенціалом наділяється також німецькомовна максима (**об'єкт** нашого **дослідження**) – текст чи висловлювання, які містять узагальнену, глибоку, лаконічну думку певного автора (або народу), із встановленням правил поведінки, основних логічних чи етичних принципів, якими людина керується у своїх вчинках. **Предметом дослідження** є засоби реалізації максимою свого регулятивного потенціалу, а **метою** – встановлення комунікативних стратегій і тактик, реалізованих максимою як різновидом афоризму.

Однією з найбільш вагомих рис культури є інтегративність, що реалізується в тенденціях елементів культури створювати узгоджену цілісність, тому можна говорити про наявність системних зв'язків між усіма ідеалами, які експліцитно й імпліцитно функціонують у культурі, а також між концептами, що їх висловлюють.

Публіцистичний дискурс може розглядатись як ідеологічно структурована друкованими засобами масової інформації символічна система, яка відповідає інтересам домінуючої соціальної групи, зумовлює процес сприйняття соціального контексту, тому в межах цієї системи відбувається репрезентація й корегування соціального контексту. Публіцистику трактують як вид літератури, присвячений актуальним загальним і політичним питанням життя суспільства.

Публіцистичний дискурс дає широкий матеріал для вирішення численних проблем мовної комунікації, комунікативної діяльності. У нашому дослідженні цей тип дискурсу виконує функцію формування масової свідомості, впливу на неї через добір інформації.

Публіцистичний дискурс пропонує увазі суспільства певне коло питань і проблем, закликає усвідомити їхню важливість, формує первинне ставлення (як позитивне, так і негативне) до певної інформації.

У публіцистичному дискурсі, основними функціями якого є *функція впливу, інформаційна, рекламна, розважальна функції, функція конструювання соціальної дійсності* тощо, суб'єкту належить найбільш еластична соціальна роль, оскільки він тією чи іншою мірою виражає інтереси, проблеми або потреби соціуму [8, с. 174–175]. Цей різновид дискурсу можна тлумачити як символічну структуру відтворення влади (Я.Б. Брухаль), як підвид політичного дискурсу (О.В. Дудолодова), як окремий тип дискурсу та корелят публіцистичного стилю (О.С. Гончар). На думку Л.Т. Тишакової, газетний дискурс можна охарактеризувати за допомогою набору властивих йому постійних і факультативних ознак. Постійні ознаки дозволяють представити його як письмовий, дистантний з індивідуально-колективним суб'єктом і розосередженим масовим адресатом. Серед факультативних найважливішою є ознака персуазивності [13]. За соціальною спрямованістю публіцистичний дискурс вважаємо одним із різновидів персуазивного дискурсу. Персуазивний вплив передбачає здійснення цілі через переконання, базується на раціональному обґрунтуванні, не виключаючи, а, навпаки, враховуючи емоційно-оцінні засоби впливу, суб'єктивні фактори [16, с. 67].

Сучасний публіцистичний дискурс розглядається як галузь взаємодії мовних і немовних факторів. Сфера функціонування публіцистичного стилю є сферою різних відносин. В умовах масової комунікації дискурс об'єднується не на основі відображення ментальності та не тематичною спільністю, а метою комунікації – прагненням впливати на реципієнта, підготувати його до адекватної з позиції відправника інформації соціальної взаємодії [15].

Серед метадискурсивних категорій І.С. Шевченко вирізняє засоби оформлення дискурсу (у нашому випадку – публіцистичного) як процесу: його комунікативні стратегії й тактики. Мінімальні одиниці дискурсу (мовленнєві акти, концептуалізовані висловлення) утворюють дискурсивні фрагменти, об'єднані загальним стратегічним змістом.

Поняття стратегії та тактики є взаємозумовленими й нерозривними. Погоджуючись із І.В. Труфановою, під стратегією ми розуміємо сукупність мовленнєвих дій, спрямовану на вирішення комунікативної мети мовця, а під тактикою – одну чи декілька мовленнєвих дій, які сприяють реалізації певної стратегії [14, с. 58–59].

Релевантною для нашого дослідження є також структура Т. ван Дейка, у якій дослідник виокремив *глобальну* (загальну стратегію дискурсу, що його організовує), *локальну* (спрямовану на досягнення більш конкретних цілей) та *мовленнєву* (визначається глобальним і локальним завданням, представляє функціональну одиницю послідовності дій, що сприяють досягненню глобальної/локальної цілі) стратегії.

Основним призначенням цього типу дискурсу є інформування, формування думки, висловлення певної позиції, переконання суспільства в чомусь. О.В. Дудолодова пише про інформування та вплив як головні стратегії, а також виокремлює аналітичну й розважальну стратегії, які припускають різні засоби подання актуального матеріалу з метою полегшення сприйняття [7].

Тому глобальною стратегією в публіцистичному дискурсі, у якому зустрічаються максими, вважаємо формування думки адресата. Локальні стратегії є пов'язаними з використанням різноманітних жанрів у публіцистиці (статті, інтерв'ю, репортажу, інформації, огляду тощо).

Вплив на формування думки здійснює звернення до прецедентних феноменів, одним із яких є особистість автора максими.

Категорія прецедентності зумовлює наявність інтертекстуальних включень, що показує наш практичний матеріал. Під інтертекстуальністю І.В. Арнольд розуміє «включення в текст або цілих інших текстів, або їх фрагментів у вигляді маркованих чи немаркованих, перебудованих чи незмінних цитат, алюзій, ремінісценцій» [2, с. 37].

Й.В. Гете – одна з найвидатніших особистостей Німеччини, цитатно-афористичний масив якої містить максими. Як показує практичний матеріал, корпус прецедентних висловлень цього автора зустрічається найчастіше саме в публіцистичному дискурсі.

Максими Й.В. Гете є інтертекстемами, як стверджує К.П. Сидоренко, міжривневим реляційним сегментом змістової структури тексту [12, с. 317], якому властиві всі три категоріальні ознаки:

паспортизація, стереотипізованість і відтворюваність, інтертекстуальність.

Цитата як один із проявів інтертекстуальних зв'язків стає особливим прийомом смислоутворення, інтегруючи різночасові й різноструктурні текстові фрагменти, що є відбиттям множинності світу – однієї з філософських засад сьогодення, адже, як наголошує Л.І. Белєхова, «множинність світу позначає розмаїття його обривів, різноманіття уявлень щодо рамок і границь людського буття» [4, с. 112].

Особлива роль цитування афоризмів, їх різновидів полягає в тому, що цитати виконують аргументаційну функцію. Допоміжними функціями є атрактивна (залучення уваги), аксіологічна (оцінка), етикетна (демонстрація поваги до цитованого автора) [10, с. 42].

Дотримуємось класифікації цитат, наданої В.П. Берковим, О.В. Берковою та Н.А. Оніщенко. За видом інформації цитати є *гномічними* (цитати, що є певним узагальненням людського досвіду й життєвої мудрості), *характеризуючими* (цитата з образною формою) та *естетичними* (цитати з орнаментальною та прагматичною функціями) [3, с. 11]. За структурою цитати розподіляємо на *прості* (модель «текст-донор» → «текст-приймач») та *ускладнені* (модель «текст-донор» → «текст-приймач» → «текст-приймач») [10, с. 43].

Цитуючи елітарну мовну особистість, мовець підвищує свій комунікативний статус компетенції, відповідно, досягає комунікативного лідерства – здатності мати нетривіальну інформацію з погляду цієї ситуації спілкування, уміти виразити таку інформацію в найкращій формі та довести її до відома адресата за допомогою оптимального мовного контакту. Прагнення домінації в спілкуванні й підвищенні комунікативного статусу спонукає до цитування інформативно та формально нетривіальних висловлень з одночасною апеляцією до концепту їх автора як елітарної мовної особистості [11, с. 73].

Наведемо приклади максим, що ілюструють, крім тактики апеляції до авторитету Й.В. Гете, певні тактики.

**Тактика ініціації до роздуму:** *Goethe hielt denn auch alsbald die offizielle Kirche mit ihren Riten und Dogmen für bloßes Menschenwerk und zeigte eher Sympathien für eine pantheistische Naturreligion. Seliger Grundgedanke: Gott ist in allen Dingen, in jeder Pflanze und jedem Stein. Passende Goethe-Weisheit, mit kaum verhohlenen Selbstbewusstsein hingeschrieben: «Die Natur verbirgt Gott. Aber nicht jedem».*

*Stets legte Goethe überdies Wert darauf, dass Vernunft und Glauben einander nicht widersprechen. In diesen Zusammenhang gehört auch seine intensive Beschäftigung mit den Büchern des Philosophen Immanuel Kant. Überhaupt dachte der «Dichterst» im Horizont der Aufklärung. So fand er es „in mei-*

*nen Augen wichtiger als die ganze Bibel“, dass der Mensch die Bewegung der Erde um die Sonne nachgewiesen hat [24].*

Тактика ініціації до роздуму, після якої автор тексту розвиває думку письменника та спирається на його авторитет, а також посилює думку однієї прецедентної особистості іншою, а саме філософом І. Кантом, твори якого Й.В. Гете інтенсивно вивчав і вони формували його світогляд.

**Тактика переконання через підведення підсумку:** *Immanuel Kant sprach einst: «Pflicht! Du erhabener, großer Name, der du nichts Beliebttes, keine Einschmeichelung bei sich führt, sondern Unterwerfung verlangst...» – worauf ihm Friedrich Schiller antwortete: «Gerne dien' ich den Freunden, doch tu ich es leider mit Neigung, und so wurmt es mich oft, dass ich nicht tugendhaft bin».*

*Und Goethe fügte hinzu: «Pflicht ist, wo man liebt, was man sich selbst befiehlt».*

*Moral ist also nicht die Konvention oder Norm, ist nicht die Tyrannei des Verhaltens, sondern kann wie für Schiller und Goethe, so auch für mich, nur der freie Willensimpuls des Menschen sein! Ich übersetze den aus dem Lateinischen stammenden Begriff der «Moral» deshalb mit «Liebe zur Tat», denn was der Mensch aus Not oder Zwang tut, kann nicht der Moral zugerechnet werden, sondern eben nur dem Zwang oder der Not [22].*

*«Pflicht ist, wo man liebt, was man sich selbst befiehlt» – максима, що реалізує тактику переконання через підведення підсумку. Наводячи різні цитати, у підсумку автор погоджується з позицією Й.В. Гете, який резюмує наведені думки максимою-нормою.*

**Тактика спонування до дії:** *Dienstag, 12. November 2013*

*«Man sollte alle Tage wenigstens ein kleines Lied hören, ein gutes Gedicht lesen, ein treffliches Gemälde sehen und, wenn es möglich zu machen wäre, ein vernünftiges Wort sprechen».*

*Motto der Woche*

*Ein wahrhaft künstlerisch bedachtes Zitat von Johann Wolfgang von Goethe. Ich höre jeden Tag mindestens ein Lied, jeden zweiten lese ich ein gutes Gedicht und jeden dritten Tag sehe ich mir ein treffliches Gemälde an. Ob ich vernünftige Worte spreche, wissen wahrscheinlich nur meine Gesprächspartner...*

*Dies gilt selbstverständlich vor allem für den Umgang im Netz und mit Personen, die man eigentlich gar nicht persönlich kennt. Wenn man dann noch für die verschiedenen Künste wie Musik, Lyrik und Malerei offen ist, hätte Herr von Goethe sicher das für gut befunden.*

*In diesem Sinne wünsche ich euch eine künstlerische neue Woche mit ganz lieben vernünftigen Worten! [18].*

**Тактика переконання тезою/аксіомою:** *«Was immer du tun kannst oder wovon du träumst – fang damit an. Mut hat Genie, Kraft und Zauber in sich».*

*Coaching in Hannover? Damit Sie weiterkommen. Jede/r Zweite in Hannover hat Stress am Arbeitsplatz <...> und kämpft mit starkem Termin- und Leistungsdruck. Coaching unterstützt Sie dabei, aus der Stressfalle auszusteigen und ein bewussteres (Arbeits-) Leben zu führen. Coaching ist aber auch ein Sprungbrett für Ihre künftige berufliche und persönliche Entwicklung. Coaching ist erfolgreich, weil Sie mit Ihrem Coach nur über das Thema sprechen, was Sie gerade bewegt. Konzentriert und strukturiert... [19].*

Максими Й.В. Гете є епіграфами, вони реалізують комунікативну тактику переконання тезою/ аксіомою та тактику спонукання до дії. Максими є гномічними + орнаментальними простими цитатами, що знаходяться в сильній позиції та мають експліцитний регулятивний характер. Аксіоматичність підкріплюється сильною позицією цитати.

Референціальний аспект цитування в цих прикладах полягає в тому, що тематика обраної цитати відображає центральний концепт афоризму в тексті-приймачі. Спостерігаємо буквализацію цитати-максими – адаптацію до теми тексту-приймача. Це явище є релевантним для публіцистичного дискурсу в цілому.

**Тактика атракції:** *Vom Mythos Alpha -Wolf «Der Wolf im Schafspelze ist weniger gefährlich als das Schaf in irgendeinem Pelze, wo man es für mehr als einen Schöps nimmt».*

(Johann Wolfgang von Goethe)

*In letzter Zeit wurde auf dem Blog immer wieder Mal das Bild des Wolfes bemüht, scheinbar in falschem Lichte, bekamen wir doch den Hinweis auf einen Artikel, der einen weiteren Mythos zu Grabe trägt. Geschrieben hat ihn der lange Zeit Wolfsrudel begleitende Forscher L. David Mech 2008. Er zeigt dabei auf, wie es dazu kam, dass unsere Wissenschaftler so lange diesem Mythos aufgesessen waren [20].*

Максима Й.В. Гете як епіграф у сильній позиції завдяки атрактивній функції приваблює увагу читача, проте ключовий концепт максими референтно не перетинається з ключовим концептом тексту-приймача та пов'язується з останнім лише метафоричною номінацією (феномен мовної гри).

**Тактика нав'язування своєї точки зору:** *Warum Erfolg NICHT drei Buchstaben hat*

1. März 2013

*Na wie jetzt? Jeder zweite Guru, Coach und Trainer predigt dieses Zitat von Goethe. Ja es wird fast schon wie ein Mantra auf Twitter, Facebook und G+ geteilt und in die weite Welt hinaus getragen. Ich denke, dass*

*Erfolg nicht drei Buchstaben hat und ich werde es Dir in diesem Artikel Schritt für Schritt aufzeigen.*

*Keine Sorge, Goethe werde ich nicht an den Pranger stellen. Denn er traf mit seiner Aussage «**Erfolg hat drei Buchstaben – tun!**» genau ins Schwarze. Zu seiner Zeit! Und genau da liegt der Hund begraben. Was bedeutet denn Erfolg überhaupt?*

*Die kurze Antwort: Für jeden etwas Anderes. Doch trauen wir uns einen schüchternen Blick in die Wikipedia, dann finden wir einige interessante (und auch weniger interessante) Informationen zum Begriff Erfolg. Laut Definition hat jemand dann Erfolg, wenn er Ziele erreicht, die er sich selbst gesetzt hat. Also ganz einfach gesagt, ich nehme mir vor Morgen nach dem Aufstehen 15 Minuten Yoga zu machen. Ich stehe Morgen auf und mache 15 Minuten Yoga. Ich habe mein Ziel erreicht. Ein Erfolg... [23].*

Тактика нав'язування своєї позиції + апеляція до авторитету реалізується простою максимою-цитатою, яка хоч і не знаходиться в сильній позиції, проте має директивний характер завдяки повторюваності, регулятивному потенціалу та значному перлокутивному ефекту.

**Тактика підтримки роздуму:** *Und bemerkt sei dazu, daß zwischen der geistigen Lebenshoffnung jenes armen Theodor Hinderer (der in Polen gefallen ist und von dem ein Freund an der Westfront mir schreibt, daß er in Heidelberg so liebevoll um die Fackel bemüht gewesen sei) und seinem Tod durch die Maschine eben jener unendliche Jammer liegt, von dem Goethe sagt: «**Was ist das für eine Zeit, wo man die Begrabenen beneiden muß!**» Aber da die Zeit selbst der Mörder ist, so darf man sich nicht genügen lassen, die Begrabenen zu beneiden, sondern muß auch so gerecht sein, die Zeit zu hassen [21].*

Тактика підтримки роздуму реалізується вокативним + експозитивним + імпліцитним директивним мовленнєвим актом. Максима-роздум як гномічна проста цитата несе філософський погляд, виконує аксіологічну функцію.

Наведені тактики слугують для реалізації основної комунікативної стратегії в публіцистичному дискурсі, у якому функціонує німецькомовна максима Й.В. Гете – формування думки. Максима як цитата в дискурсі, переважно в сильній позиції, несе атрактивну й етикетну функції та має значний вплив на адресата/читача.

Перспективою нашого дослідження є вивчення німецькомовної максими в релігійному дискурсі, виявлення її прагматичних характеристик.

### Література

1. Алещанова И.В. Цитация в газетном тексте: на материале современной английской и российской прессы : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.20 / И.В. Алещанова. – Волгоград, 2000. – 208 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык : [учебник для вузов] / И.В. Арнольд. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта ; Наука, 2002. – 384 с.
3. Берков В.П. О крылатых словах / В.П. Берков, О.В. Беркова // Берков В.П. Большой словарь крылатых слов русского языка : [около 4 000 выражений] / В.П. Берков, В.М. Мокиенко, С.Г. Шулежкова. – М. : Русские словари ; Астрель ; АСТ, 2000. – С. 3–15.

4. Белехова Л.І. Образний простір американської поезії: лінгвокогнітивний аспект : дис. ... докт. філол. наук : спец. 10.02.04 / Л.І. Белехова ; Київський нац. лінгвіст. ун-т. – К., 2002. – 476 с.
5. Брухаль Я.Б. Підходи до трактування поняття «публіцистичний дискурс» / Я.Б. Брухаль // Тези доповідей XIII наукової конференції з міжнародною участю. – Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2014. – С. 90–92.
6. Гончар О.С. Публіцистичний дискурс та його функції / О.С. Гончар [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/novitfilolog/21/7.pdf>.
7. Дудолодова О.В. К вопросу об определении медиа-дискурса / О.В. Дудолодова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/21263/82%20Г1%20-Dudoladova.pdf?sequence=1>.
8. Мосейчук О.М. Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата / О.М. Мосейчук // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2012. – № 65. – С. 174–177.
9. Новохачева Н.Ю. Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков : автореф. дисс. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Н.Ю. Новохачева. – Ставрополь, 2005. – 31 с.
10. Оніщенко Н.А. Епоніми як об'єкт цитування у філософському дискурсі: формальний та преференціальний аспекти / Н.А. Оніщенко // Тези доповідей XIII наукової конференції з міжнародною участю. – Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2014. – С. 42–44.
11. Оніщенко Н.А. Прецедентна особистість як чинник формування епонімічного фонду (на матеріалі афоризмів Й.В. Гете) / Н.А. Оніщенко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2009. – № 848. – С. 72–78.
12. Сидоренко К.П. Интертекстовые интерпретаторы в «Словаре крылатых выражений Пушкина» / К.П. Сидоренко // Слово. Фраза. Текст. – М. : Азбуковник, 2002. – С. 317–330.
13. Тишакова Л.Т. Деякі аспекти аналізу публіцистичного дискурсу / Л.Т. Тишакова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uk.xlibx.com/4filologiya/41769-14-germanistika-hhi-stolitti-kognitivna-socio-pragmalingvistika-tezi-dopovidey-iii>.
14. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И.В. Труфанова // Филологические науки. – 2001. – № 3. – С. 56–65.
15. Черепанова Л.Л. Дискурс региональных СМИ: психолінгвістический аспект : автореф. дисс. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Л.Л. Черепанова. – Пермь, 2007. – 20 с.
16. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия / В.Е. Чернявская. – М. : Флинта ; Наука, 2004. – 136 с.
17. Шевченко І.С. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність / І.С. Шевченко, О.І. Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : [колект. монографія] / за ред. І.С. Шевченко. – Х. : Константа, 2005. – С. 21–28.

#### *Джерела ілюстративного матеріалу*

18. Buchgefieder [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buchgefieder.blogspot.com/2013/11/man-sollte-alle-tage-wenigstens-ein.html>.
19. Coaching in Hannover? Damit Sie weiterkommen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.strobel-coaching.de/coaching-hannover.html>.
20. Der Mensch – das faszinierende Wesen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://faszinationmensch.com/2014/11/10/vom-mythos-alpha-wolf>.
21. Heidelberger Neueste Nachrichte [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.s197410804.online.de/Stadtgeschichte/1900-2100/HNN1916Kraus.htm>.
22. Mutzurheilung [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mutzurheilung.de/anthroposophie/moral-und-freiheit>.
23. Warum Erfolg nicht drei Buchstaben hat [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://nate.do/erfolg-hat-nicht-drei-buchstaben>.
24. Wie hielt es Goethe mit der Religion? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.derwesten.de/kultur/wie-hielt-es-goethe-mit-der-religion-id1707451.html#plx642474174>.