

Секция «Актуальные проблемы когнитивной лингвистики начала XXI века»

Дискурсивные стратегии конструирования образа жертвы в английских ток-шоу

Научный руководитель – Борботько Людмила Александровна

Ильина Екатерина Георгиевна

Студент (бакалавр)

Московский городской педагогический университет, Институт иностранных языков,
Москва, Россия

E-mail: ekaterina-ilina2019@yandex.ru

Эффективность коммуникации в рамках жанра ток-шоу зависит от навыков владения стратегиями, которые могут быть применены участниками в ходе телепередачи. Определенный набор дискурсивных стратегий способен сформировать желаемый образ индивида. В рамках лингвистики под стратегией понимается «способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом коммуникантов» [Борисова 1999: 85].

Исследователи выделяют когнитивные, коммуникативные и прагматические стратегии, в совокупности составляющие единую группу дискурсивных стратегий [Баребина 2011].

Дискурсивная стратегия представляет собой «совокупность запланированных говорящим и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [Клюев 1998:151]. Данные стратегии применяются в рамках коммуникации для установления кооперации между коммуникантами, или для демонстрации интенции дистанцирования [Гумперц 1982].

Конструирование положительного образа происходит посредством применения базовых стратегий самопрезентации и «очернения» противника. При этом в первом случае коммуникант акцентирует внимание на собственных позитивных характеристиках, в то время как вторая стратегия направлена на деконструкцию образа оппонента с целью выступления в оппозиции [Мочалова 2020]. В рамках самопрезентации следует рассматривать их языковой образ индивида, представляющий собой совокупность суждений об индивиде, сформированных за счет стилистических и структурных особенностей его речевых произведений [Одинцова 2000: 8].

В контексте медиадискурса коммуниканты, нередко являющиеся публичными личностями, стремятся максимизировать воздействие на массового адресата с учетом прагматически значимых целей коммуникации. Одной из задач успешной коммуникации в рамках данного дискурсивного жанра является успешная самопрезентация, то есть конструирование собственного образа, или фрейминг обсуждаемой проблемы, включающий формирование образа оппонента.

Одним из наиболее выгодных образов в рамках медиадискурса представляется образ жертвы. Данное утверждение основано на социологических и лингвистических исследованиях, согласно которым понятие жертвы содержит в себе универсальный компонент невинности [Меркулова 2012].

Изучая дискурсивные стратегии, отметим их высокую гибкость и динамичность, что выражается в способности адаптироваться к различным вариантам развития речевой коммуникации [Чернышенко 2014], то есть во взаимном приспособлении участников коммуникации к созданным условиям. Следует отметить, что представления о жертве сквозь призму медиадискурса в значительной степени разнятся с виктимологическими знаниями, то есть представлением о классификации понятия *жертва* в рамках бытового, религиозного или литературного дискурсов, поскольку данный жанр подвержен искажениям, основанным на систематическом или окказиональном применении дискурсивных стратегий,

включающих фрейминг, гиперболизацию, драматизацию и др. Как следствие, конструирование данного образа требует применения специфических дискурсивных стратегий, целесообразных в рамках заданного сеттинга.

Роль жертвы представляется выгодной позицией при коммуникации в рамках медиадискурса. Создание подобного образа требует применения актуальных дискурсивных стратегий, и, как следствие, изучения особенностей создания данного образа с теоретической точки зрения.

Исследование дискурсивных стратегий в рамках медиадискурса осуществлялось в несколько этапов. Первый этап подразумевал анализ и актуализацию существующей информации об исследованиях в данной области.

Далее работа был применен гипотетико-дедуктивный метод. Так, данная методика исследования позволила обработать большой объем материала и обеспечивает валидность представленных результатов.

Было отобрано 500 контекстов, которые выражают те или иные дискурсивные стратегии, конструирующие образ жертвы сквозь призму восприятия реципиента. Далее рассмотренный материал был классифицирован с целью составления репрезентативной выборки, то есть группы контекстов, реализующей определенную стратегию посредством применения ряда тактик. Тактики, в свою очередь, выражаются при помощи лингвистических средств и приемов на фонетическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом, и прагматическом уровнях.

В ходе исследования было выявлено 8 наиболее частотных стратегий конструирования образа жертвы в рамках жанра ток-шоу: 1) стратегия противопоставления; 2) стратегия сопоставления; 3) стратегия неосведомленности; 4) стратегия моделирования объекта; 5) стратегия ретроспекции; 6) стратегия эмоциональной манипуляции; 7) стратегия драматизации; 8) стратегия обвинения.

Источники и литература

- 1) Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учеб. пособие для университетов и вузов. – М.: ПРИОР, 1998. – 224 с.
- 2) Меркулова Е.М. Средства вербализации Жертвы в российском и американском военных дискурсах // Политическая лингвистика. – 2012. – № 4(42). – С. 139-144.
- 3) Мочалова Т.Г., Борботько Л.А. Аксиологические стратегии в политической риторике (на материале предвыборных речей американских кандидатов // Язык и профессиональная коммуникация в цифровом обществе / Российский университет транспорта, Институт управления и цифровых технологий. – Москва: Белый ветер, 2020. – С. 77-82.
- 4) Одинцова М.П. Вместо введения: К теории образа человека в языковой картине мира // Язык. Человек. Картина мира: лингвоантропологические и философские очерки (на материале русского языка). – 2000. – Ч. 1. – С. 8-11.