

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Московский государственный лингвистический университет»
(ФГБОУ ВО МГЛУ)
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Moscow State Linguistic University»
(MSLU)
ЕВРАЗИЙСКИЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ-ФИЛИАЛ

Кафедра английской филологии

Лысевская Алена Васильевна

**КОНСТРУИРОВАНИЕ ИМИДЖА МЕДИАПЕРСОНЫ В ДИСКУРСЕ
СВЕТСКОЙ ХРОНИКИ**

Выпускная квалификационная работа студента группы ЕАЛИ7-4-65

Направление подготовки: 45.04.02 Лингвистика

Направленность (профиль): Теория коммуникации и коммуникативные техно-
логии

Научный руководитель:

д. фил.н., проф., профессор кафедры английской филологии
Плотникова Светлана Николаевна

_____ «___» _____ 20__ г.
(подпись)

Заведующий кафедрой:

д.фил.н., доц., зав.кафедрой английской филологии
Богданова Светлана Юрьевна

_____ «___» _____ 20__ г.
(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой:

к.соц.н., доц., зав.кафедрой восточных языков
Кремнёв Евгений Владимирович

_____ «___» _____ 20__ г.
(подпись)

Иркутск 2016

Оглавление

| | |
|---|-----|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| ГЛАВА 1. МЕДИАДИСКУРС В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ..... | 8 |
| 1.1. Массовая коммуникация и ее характерные черты | 8 |
| 1.2. Понятия дискурса и дискурсивного конструирования | 19 |
| 1.3. Дискурс светской хроники как тип современного медиадискурса и понятие имиджа медиаперсоны | 33 |
| Выводы по первой главе..... | 44 |
| ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВЫЕ СПОСОБЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИМИДЖА МЕДИАПЕРСОНЫ В ДИСКУРСЕ СВЕТСКОЙ ХРОНИКИ | 47 |
| 2.1. Имидж медиаперсоны как тема журналистского дискурса | 47 |
| 2.2. Языковые средства конструирования имиджа медиаперсоны в журналистском дискурсе | 61 |
| 2.3. Языковые средства конструирования медиаперсоной собственного имиджа | 73 |
| 2.4. Языковые средства конструирования личностной составляющей имиджа медиаперсоны | 86 |
| Выводы по второй главе..... | 93 |
| Заключение | 96 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 99 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ..... | 105 |
| СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ПРИМЕРОВ..... | 106 |

ВВЕДЕНИЕ

Данное исследование посвящено изучению языковых средств конструирования имиджа в дискурсе светской хроники.

Теория медиадискурса на сегодняшний день достаточно хорошо разработана, однако дискурс светской хроники как его особый тип еще не до конца изучен, этим и обусловлен выбор темы исследования. Средства массовой информации стали неотъемлемой частью жизни общества, их развитие формирует особый тип коммуникации – массовую коммуникацию. Кроме того, масс-медиа могут воздействовать на мировоззрение человека. Современная культура перешла в разряд медиацентричных, сформировав особую медиакартину мира. Такая медиакартина характеризуется разрозненностью, фрагментарностью и дискретностью. Тексты, возникающие в медиадискурсе, нуждаются в интерпретации. Дискурс светской хроники является особым типом медиадискурса, его изучение дает новые знания не только об особенностях его функционирования, но и расширяет общее представление о функционировании медиадискурса.

Новым лингвистическим понятием, возникшим в последние годы и позволяющим интерпретировать когнитивные основы порождения дискурса в целом и медиадискурса в частности, является понятие дискурсивного конструирования. Термин был введен С.Н. Плотниковой и понимается как неотъемлемая часть социального конструирования мира. Это отношение определяется характером взаимодействия мира и человеческого сознания. Суть конструирования заключается в определении человеком, при помощи дискурса, места в настоящем и поиск будущего. Дискурсивное конструирование строится по аналогии с социальным конструированием мира, основываясь на том, что в процессе такого конструирования говорящим/пишущим создается «мир-со-мной». Мир постоянно находится в процессе конструирования, следовательно, любой дискурс, порождаемый в этом процессе, является дискурсивным конструированием мира, в который полностью вовлечен говорящий/пишущий. В процессе конструирования мир из состояния невидимости переводится в состояние видимости, а

само конструирование происходит на основе когнитивных сценариев, т.е. человек знает, что говорить и делать в определенных ситуациях общения.

Целью исследования является анализ дискурсивного конструирования имиджа медиаперсоны в дискурсе светской хроники.

В соответствии с поставленной целью, а также в процессе подтверждения выдвинутой гипотезы в магистерской диссертации ставятся следующие **задачи**:

- 1) рассмотреть базовые понятия теории дискурса и медиадискурса;
- 2) изучить особенности дискурса светской хроники как вида медиадискурса и понятие имиджа как ведущего понятия данного дискурса;
- 3) описать типы дискурса светской хроники: журналистский и автореферентный дискурс;
- 4) определить сущность когнитивного сценария дискурсивного конструирования имиджа медиаперсоны в дискурсе светской хроники;
- 5) определить основные качества, атрибутируемые медиаперсоне согласно когнитивному сценарию;

Цель работы обуславливает выбор **методов** исследования, необходимых для полного анализа темы, т.е. использование методов пропозиционального, контекстуального анализа и метода моделирования когнитивных сценариев.

Актуальность исследования обусловлена важностью дальнейшей разработки понятия дискурсивного конструирования и соотносящегося с ним понятия когнитивного сценария дискурса конструирования имиджа, в частности, имиджа медиаперсоны. Такое исследование расширяет понятийный аппарат теории медиадискурса, а также углубляет понимание лингвистических аспектов создания успешного имиджа медиаперсоны как основополагающего понятия дискурса светской хроники.

Теоретической и методологической базой исследования являются работы отечественных и зарубежных ученых, посвященные изучению теории дискурса (Арутюнова, 1990; Бенвенист, 1974; Демьянков, 2002; Карасик, 2000, 2002; Кубрякова, 2001, 2005; Макаров, 2003; Плотникова, 2005, 2007, 2008, 2011; Степанов, 1995; van Dijk, 1989 и др.), медиадискурса и теории массовой

коммуникации (Анненкова, 2010, 2012, 2009; Василик, 2003; Каминская, 2009; Почепцов, 2001), лингвистической теории имиджа (Кубрякова, 2008; Почепцов 2002; Русакова, 2008; Анисимова, 2007; 2011), феномена технологизации дискурса (Плотникова, 2011; Fairclough, 1996; Goffman, 1969, 1971 и др.); теории моделирования когнитивных сценариев (Плотникова, 2011; van Dijk, 1978; Minsky, 1980; Schank, 1977).

Научная новизна результатов исследования заключается, согласно проведенному анализу дискурсивного конструирования имиджа медиаперсоны в журналистском дискурсе и автореферентном дискурсе, в определении когнитивного сценария, на основе которого происходит дискурсивное конструирование имиджа медиаперсоны. Когнитивный сценарий определен как цепочка пропозиций, выраженных различными языковыми средствами. Обнаружены пропозиции личностной составляющей имиджа.

Объектом исследования является дискурс светской хроники как тип медиадискурса.

Предметом исследования являются языковые средства дискурсивного конструирования имиджа медиаперсоны в дискурсе светской хроники.

Исследование базируется на **гипотезе** о том, что в дискурсе светской хроники при конструировании имиджа медиаперсоны используется общий набор пропозиций, а также, обязательно присутствуют дополнительные уникальные пропозиции, которые призваны выделить медиаперсону среди остальных.

Материалом исследования служат тексты дискурса светской хроники (статьи, интервью) об известных медиаперсонах. Общий объем проанализированного материала включает более 200 примеров.

Достоверность результатов, которые были получены в ходе исследования, доказывается репрезентацией в работе проанализированного языкового материала, а также комплексным подходом к анализу данного материала, включающего следующие аспекты: лексический, когнитивный и дискурсивный.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Дискурс светской хроники является особым типом медиадискурса, повествующим о медиаперсонах, моде, гламурном мире; тексты дискурса светской хроники обладают чертами, характерными для текстов медиадискурса.

2. Дискурсивное конструирование имиджа медиаперсоны в дискурсе светской хроники является результатом технологичной дискурсивной деятельности, направленной на продвижение медийной личности в медийном пространстве, создаваемой как в журналистском дискурсе, так и в автореферентном дискурсе медиаперсоны.

3. Конструирование имиджа медиаперсоны в дискурсе светской хроники осуществляется по особому когнитивному сценарию, реализующемуся с помощью соответствующих языковых средств.

4. Личностная составляющая дискурсивного конструирования имиджа медиаперсоны является уникальной частью когнитивного сценария, реализуемого в журналистском дискурсе и в автореферентном дискурсе медиаперсоны.

Теоретическая значимость диссертации состоит в том, что она вносит определенный вклад в развитие лингвистики дискурса и когнитивной лингвистики. Углубляется научное представление о лингвистическом понимании имиджа; выделяется когнитивный сценарий конструирования имиджа медиаперсоны и входящие в него пропозиции, реализуемые в целях репрезентации успешного имиджа медиаперсоны.

Практическая ценность работы состоит в возможности применения её основных положений в преподавании курсов дискурсивного анализа, теории связей с общественностью. Результаты и материалы исследования могут быть использованы при разработке имиджа человека или компании.

Апробация работы. Основные результаты исследования отражены в трех публикациях: опубликованы в сборнике магистерских исследований «Magister Dixit» и представлены в виде докладов в рамках Недели науки МГЛУ ЕАЛИ - 2015 г., Недели науки МГЛУ ЕАЛИ-2016 г.

По структуре диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

Во **введении** указываются цели и задачи работы, определяются объект и предмет исследования, обосновывается актуальность и научная новизна исследования, его теоретическая и практическая значимость, перечисляются методы, использованные для анализа языкового материала, приводятся положения, выносимые на защиту.

В **первой главе** «Теоретические основы исследования» рассматриваются современные подходы к изучению дискурса, анализируются базовые понятия теории дискурса, выявляются особенности массовой коммуникации, адресата массовой коммуникации, исследуется дискурс светской хроники как тип медиадискурса, изучаются различные точки зрения на понятие имиджа.

Во **второй главе** «Языковые средства конструирования имиджа медиаперсоны в дискурсе светской хроники» выявляются общие особенности текстов дискурса светской хроники; анализируются характерные пропозиции журналистского дискурса; изучается автореферентный дискурс медиаперсон; производится анализ качеств, атрибутируемых медиаперсонам в дискурсе, выявляется личностная составляющая имиджа медиаперсоны.

В **заключении** суммируются и обобщаются результаты проведенного исследования, а также формулируются основные выводы, отмечаются перспективы дальнейшего изучения данной темы.