

На правах рукописи

Катынская Марина Владимировна

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКОЕ
МОДЕЛИРОВАНИЕ ИМИДЖА АВСТРАЛИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ
В СЕТЕВЫХ ТЕКСТАХ**

Специальность 10.02.04 – германские языки

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Иркутск 2011

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования
«Амурский государственный университет»

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент
Иванова Ирина Емельяновна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, доцент
Карпухина Тамара Петровна

кандидат филологических наук, доцент
Скопинцева Татьяна Анатольевна

Ведущая организация: Филиал ФГАОУ ВПО
«Северный (Арктический) федеральный
университет имени М.В. Ломоносова» в
г. Северодвинске

Защита состоится «16» февраля 2012 г. в 10 часов на заседании диссертационного совета Д 212.071.01 по защите докторских и кандидатских диссертаций в Иркутском государственном лингвистическом университете по адресу: 664025, г. Иркутск, ул. Ленина, 8, ауд. 31.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Иркутского государственного лингвистического университета.

Автореферат разослан « » декабря 2011 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета

д. ф. н. Т.Е. Литвиненко

В исследовательской области речевого воздействия особый научный интерес представляет рассмотрение языка как средства манипулирования массовым сознанием. Результаты подобных исследований находят широкое применение в теории и практике рекламных, политических и других видах массовых коммуникаций.

Реферируемое диссертационное исследование посвящено проблеме моделирования имиджа в медиатекстах, которое рассматривается как способ речевого воздействия, активно используемый инициаторами имидж-коммуникации в целях внедрения положительного образа носителя имиджа в массовое сознание целевой аудитории. В данной работе изучается коммуникативно-прагматическое моделирование имиджа австралийского образования в сетевых текстах.

По своей проблематике исследование оказывается в контексте современных работ по: 1) когнитивной лингвистике (ван Дейк 1988, 2000; Кравченко 2001, 2004; Маслова 2008 и др.); 2) теории массмедиального дискурса (Добросклонская 2005, Желтухина 2004, Негрышев 2007 и др.); 3) теории аргументации (Баранов 1990, 2007; Васильев 2002, ван Еемерен 1992, 1994; Ивин 1997, Toulmin 1958, Perelman 1978); 4) психолингвистике (Красных 2001, Горелов 1997 и др.); 5) имиджелогии (Матвеева 1994, Перелыгина 2002, Почепцов 2001, Рожков 2006, Шепель 2002 и др.) 6) теории речевого воздействия (Демьянков 1983, Иссерс 2009; Леонтьев 2003, Формановская 2002 и др.), 7) теории технологизации дискурса (Плотникова 2008а, 2008б; Феркло 1996, 1999; Фуко 2002, 2004). В поле зрения попадает также манипулятивный аспект речевого общения (Каплуненко 2007, Кара-Мурза 2006; Стернин 2001, Chilton 2004 и др.), который характеризует дискурсивную технологию имиджирования, свойственную массмедиальному дискурсу.

Актуальность темы исследования заключается в необходимости дальнейшего изучения механизмов речевого воздействия посредством языка масс-медиа, исследования особенностей функционирования массмедиального дискурса в сетевом пространстве, в расширении и углублении теоретических основ моделирования имиджа вербальными средствами.

Выбор в качестве объекта исследования вербализованного имиджа австралийского образования обусловлен рядом причин. В течение последнего десятилетия Австралия считается одним из лидирующих государств-экспортеров образовательных услуг. Однако с 2010 года наблюдается значительное снижение количества обучающихся в Австралии иностранных студентов. Переживая переходный период реформ, имидж австралийского образования требует модификации с целью удержания своих лидерских позиций. В связи с этим релевантным становится изучение процесса конструирования нового имиджа в сознании массовой аудитории, неотъемлемой частью которого станет его моделирование в текстах СМИ, что представляет интерес для лингвистики.

Объектом исследования является имидж образования Австралии, вербализованный в сетевых текстах дискурса масс-медиа.

Предметом исследования выступают средства коммуникативно-прагматического моделирования имиджа австралийского образования.

Цель работы состоит в исследовании коммуникативно-прагматических параметров моделирования имиджа австралийского образования и средств его вербализации в сетевых текстах массмедиального дискурса.

Поставленная цель постулирует решение следующих **задач**:

- 1) осмысление общетеоретических и лингвистических оснований изучения имиджа австралийского образования;
- 2) исследование когнитивных и коммуникативных предпосылок речевого воздействия посредством лингвистического моделирования имиджа;
- 3) описание дискурсивных особенностей сетевых масс-медиа в аспекте их прагматической эффективности;
- 4) выявление типологических и прагматических характеристик сетевого медиатекста;
- 5) определение коммуникативно-прагматических параметров массовой имиджевой коммуникации;
- 6) рассмотрение теоретических положений рациональной и оценочной аргументации;
- 7) анализ отобранного языкового материала с позиций прагмалингвистики и аксиологической лингвистики;
- 8) систематизация результатов лингвистического анализа и их теоретическое осмысление.

Материалом диссертационного исследования являются посвященные теме образования сетевые тексты австралийских Интернет-СМИ, сайтов правительства Австралии, министерства образования и других ответственных органов. Данный выбор обусловлен доминированием глобальной сети как средства транснациональных и трансконтинентальных массовых коммуникаций. Тексты Интернет-СМИ, а также информационных и PR-порталов в образовательной сфере Австралии служат основным источником релевантной информации для молодых людей и их родителей, находящихся в ситуации выбора места продолжения образования или прохождения краткосрочных курсов.

Под сетевым текстом подразумевается разновидность медиатекста, который может представлять собой статью сетевой/электронной версии газеты или журнала, Интернет издания; медиа-релиз; транскрипт интервью, пресс-конференции, теле- и радиошоу или публичной речи. Общий объем проанализированных текстов составил около 1000 страниц.

Диссертационное исследование осуществляется в русле интерпретативного подхода к анализу языкового материала. Исследование опирается на **методику** лингвистического моделирования и традиционный для языкознания описательный **метод**, в рамках которого непосредственное наблюдение над языковым материалом сочетается с методиками прагмалингвистического, аргументативного, дефиниционного, контекстуального и стилистического анализа. Данная методология позволяет эксплицировать актуализированные разнообразными языковыми средствами смыслы, проецирующие те или иные имиджевые характеристики объекта. Создаваемые и репрезентируемые в текстах характеристики носителя

имиджа составляют компоненты структуры имиджа, интенционально задаваемые авторами сообщений.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в том, что впервые исследован вербализованный отраслевой имидж. Создана модель массовой имидж-коммуникации и описана технология имиджирования, основанная на стратегиях рациональной и оценочной аргументации. Определены и сформулированы две речевые тактики, ранее не выделявшиеся в научной лингвистической литературе. Кроме того, проанализированы специфические прагматические характеристики сетевого текста, репрезентирующего виртуальную реальность.

Теоретическая значимость работы заключается в создании теоретической модели вербализованного имиджа австралийского образования и модели массовой имидж-коммуникации, классификации стратегий и тактик речевого воздействия с целью моделирования имиджа, уточнении лингвокогнитивного статуса феномена имиджа и прагматических характеристик сетевого текста. Данное исследование вносит определенный вклад в развитие положений теорий речевого воздействия и аргументации, дискурса масс-медиа, лингвистики текста и лингвоимиджелогии.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Имидж в лингвокогнитивном аспекте представляет собой ментальную единицу, абстрактную модель социального объекта, детерминирующую вербализацию, категоризацию и восприятие данного объекта (носителя имиджа) в заданном содержанием имиджа направлении.
2. Модель вербализованного имиджа австралийского образования структурируется компонентами: «бизнес-индустрия», «качество», «стабильность», «развитие», «международное сотрудничество».
3. Имидж австралийского образования моделируется в массовом сознании определенными коммуникативно-прагматическими средствами сетевых текстов масс-медиа, которые выстраиваются согласно двум речевым стратегиям: *стратегии рациональной аргументации* и *стратегии оценочной аргументации*.
4. Стратегия рациональной аргументации конституируется тактикой создания и поддержания имиджа, тактикой преуменьшения/смягчения и преувеличения/гиперболизации, тактикой привлечения внимания; тактикой установления доверительных отношений с аудиторией, тактикой придания особой значимости.
5. Результатом включения в коммуникацию оценочных аргументативных суждений об австралийском образовании является моделирование имиджа данного социального объекта как ценности, обладающей определенными признаками. Вербализуемые признаки соответствуют компонентам имиджа.
6. Прагматические характеристики сетевого текста обуславливают эффективное моделирование имиджа австралийского образования вербальными средствами текста.
7. На уровне дискурса масс-медиа выделенные речевые стратегии аргументации составляют технологию имиджирования австралийского образования, нацеленную на манипулирование массовым сознанием посредством имиджа.