Френкель Олена Володимирівна, перекладач, ГС &laquo;Асоціація постачальників енергоресурсів&raquo;. Назва дисертації: &laquo;Гендерний аспект самопрезентації зіркової еліти в портретному інтерв&rsquo;ю (на матеріалі англомовних ЗМІ)&raquo;. Шифр та назва спеціальності 10.02.04 германські мови. Спецрада Д26.001.11 Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова

праця на правах рукопису

ФРЕНКЕЛЬ ОЛЕНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК 811.111’1:316.77(043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ЗІРКОВОЇ ЕЛІТИ В

ПОРТРЕТНОМУ ІНТЕРВ’Ю

(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ)

Cпеціальність – 10.02.04 «Германські мови»

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,

результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О. В. Френкель

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник:

Бєлова Алла Дмитрівна, доктор філологічних наук, професор

Київ – 2020

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.................................................................16

ВСТУП.......................................................................................................................17

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ МОВНОЇ

ОСОБИСТОСТІ В МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСИВНОМУ

ПРОСТОРІ................................................................................................................27

1.1. Теоретичні передумови дослідження масмедійного дискурсивного

простору.....................................................................................................................27

1.2. Портретне інтерв’ю в типології жанрів масмедійного дискурсу.........32

1.2.1. Портретне інтерв’ю як жанр медіакомунікації......................32

1.2.2. Дискурсивні й стилістичні характеристики «зіркового»

портретного інтерв’ю................................................................40

1.3. Комунікативна стратегія самопрезентації як засіб реалізації

прагматичних цілей мовної особистості.................................................................45

1.3.1. Інтенція самопрезентації суб’єкта мовлення.................45

1.3.2. Тактики комунікативної стратегії самопрезентації......50

1.3.3. Автоімідж респондента портретного інтерв’ю та

комунікативно-мовні засоби його втілення.......................................54

1.4. «Зіркова» мовна особистість: структура й аспекти вивчення......................58

1.4.1. Персональний брендинг як складник сучасного

комунікативного простору………………………………………………………...63

1.4.2. Тезаурус «зіркової» мовної особистості як аксіологічно

маркованого мовця…………………………………………………………………67

1.4.3. Загальні особливості лексикону «зіркової» мовної

особистості.......................................................................................................69

1.5. Гендерний аспект мовлення суб’єкта комунікації.......................................72

1.6. Методологічні засади дослідження стратегії самопрезентації в

комунікативному просторі.............................................................................78

13

1.6.1. Сучасна лінгвістична парадигма та матеріал

дослідження...............................................................................................................79

1.6.2. Етапи й методи комплексного аналізу...............................80

Висновки до першого розділу.................................................................................85

РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ЗІРКОВОЇ МОВНОЇ

ОСОБИСТОСТІ ЧОЛОВІКА-РЕСПОНДЕНТА В АНГЛОМОВНОМУ

«ЗІРКОВОМУ» ІНТЕРВ’Ю..................................................................................88

2.1. Англомовний респондент як дискурсивна особистість у «зірковому»

портретному інтерв’ю..............................................................................................88

2.2. Типологія тактик самопрезентації респондента в «зірковому» портретному

інтерв’ю....................................................................................................................96

2.2.1. Тактики асертивної самопрезентації....................................................102

2.2.1.1. Тактика ретроспекції..................................................................102

2.2.1.2. Тактика імперсоналізації...........................................................108

2.2.1.3. Атитюдна тактика......................................................................111

2.2.1.4. Тактика апеляції до авторитету................................................117

2.2.1.5. Тактика персоніфікації..............................................................118

2.2.1.6. Тактика самореклами………………………………………….121

2.2.1.7. Тактика самовихваляння............................................................125

2.2.1.8. Тактика припущення..................................................................128

2.2.1.9. Тактика екземпліфікації.............................................................130

2.2.1.10. Тактика компліменту...............................................................133

2.2.1.11. Тактика проспекції...................................................................136

2.2.1.12. Обструктивна тактика..............................................................137

2.2.2. Тактики превентивної самопрезентації................................................140

2.2.2.1. Тактика визнання недосконалості............................................140

2.2.2.2. Тактика виклику емпатії............................................................143

2.2.2.3. Тактика зняття відповідальності...............................................146

2.2.3. Комбіновані тактики самопрезентації зіркової мовної особистості

чоловіка....................................................................................................................148

14

2.3. Гендерна специфіка самопрезентації чоловіка-респондента в «зірковому»

портретному інтерв’ю.............................................................................................154

Висновки до другого розділу.................................................................................155

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ЗІРКОВОЇ МОВНОЇ

ОСОБИСТОСТІ ЖІНКИ-РЕСПОНДЕНТА В АНГЛОМОВНОМУ

«ЗІРКОВОМУ» ІНТЕРВ’Ю.................................................................................159

3.1. Типологія тактик самопрезентації жінки-респондента в «зірковому»

портретному інтерв’ю.............................................................................................159

3.1.1. Тактики асертивної самопрезентації................................................159

3.1.1.1. Атитюдна тактика......................................................................159

3.1.1.2. Тактика імперсоналізації...........................................................166

3.1.1.3. Тактика ретроспекції..................................................................172

3.1.1.4. Тактика припущення..................................................................177

3.1.1.5. Тактика самореклами………………………………………….184

3.1.1.6. Тактика персоніфікації..............................................................188

3.1.1.7. Тактика апеляції до авторитету................................................194

3.1.1.8. Тактика самовихваляння...........................................................197

3.1.1.9. Тактика компліменту.................................................................201

3.1.1.10. Тактика екземпліфікації..........................................................206

3.1.1.11. Тактика проспекції...................................................................209

3.1.1.12. Тактика обструктивна..............................................................212

3.1.2. Тактики превентивної самопрезентації.............................................214

3.1.2.1. Тактика визнання недосконалості............................................214

3.1.2.2. Тактика виклику емпатії............................................................219

3.1.2.3. Тактика зняття відповідальності...............................................222

3.1.3. Комбіновані тактики самопрезентації «зіркової» мовної особистості

жінки.........................................................................................................................225

3.2. Гендерна специфіка самопрезентації жінки-респондента в «зірковому»

портретному інтерв’ю...........................................................................................228

15

Висновки до третього розділу................................................................................230

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ......................................................................................234

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ...........................................................242

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ........................................................301

ДОДАТКИ...............................................................................................................317

ЗАГАЛЬНІВИСНОВКИ

Особливостівикористаннямовипредставникамирізнихгендернихгруп

чоловікамийжінкамивикликаютьособливийінтересдослідниківізрізних

дисциплінПредметомнашогодослідженнямиобралиселебритіперсоняк

напомітнішугрупусуспільстваівиявилирозбіжностівтомуякимимовними

засобамивонипослуговуютьсявпроцесісамопрезентації

Удисертаціїздійсненокомунікативнопрагматичнийікогнітивнодискурсивнийаналізкомунікативноїповедінкизірковихособистостейв

англомовномумедіадискурсікрізьпризмугендерногофактораЗурахуванням

досягненькомунікативноїлінгвістикигенристикитеоріїмасовоїкомунікації

лінгвопрагматикидискурсивногоаналізузапропонованоавторськевизначення

такихпонятьякзірковепортретнеінтерв’юпублічнадискурсивна

особистістьперсональнийбрендингобґрунтованокомплекснийпідхіддо

вивченнямовноїособистостітазапропонованомодельдискурспортрета

зірковоїособистостійструктуруавтоіміджуостанньої

ЗірковаДОвмедіапросторіпозиціонуєтьсяякЛюдинаБрендяка

екстеріоризуєтьсяшляхомвикористаннядіалектичнихпринципівякосновних

методіввпливувсередовищімедіакультуризокремапринципудіалектичного

взаємозв’язкуйзаконуєдностіпротилежностейУцьомупростежуємо

діалектичнуприродубрендингізаціїсучасногосуспільства

ЗПІобранеякаренамовленнєвоїдіяльностіангломовнихреспондентівє

технікоюведеннядружньоїрозмовиоднієїзірковоїособистостізіншоювідомою

персоноюЯкрізновидпортретнихЗПІналежатьдоінформаційноаналітичних

інтерв’юізселебритіперсоноюЦейрізновидінтерв’юнабуваєформи

публічногодіалогунемаєофіційногохарактеруіспрямованийнарозкриття

особистісниххарактеристикспіврозмовниказметоюстворенняйогоемоційно



психологічногопортретаЖанроваспецифікасучаснихангломовнихЗПІ

відрізняєтьсявідкласичнихПІскладністюкомпонентівДлярізновидуЗПІякий

набувназвинаративногохарактернеперенесенняакцентуздіалогічноїформи

оформленнядискурсунанапівдіалогізовануавторськумовуколиособистість

респондентівзображуєтьсячерезоповіднуманерувикладуматеріалівінтерв’ю

КласичнамодельМОдаєзмогуотриматиуявленняпроДОангломовної

зіркиуформатідискурспортретаПідставоюдлязверненнядодискурспортретавважаєморозуміннязірковихінтерв’юякдрукованихтекстіву

соціальномуконтекстіякідаютьуявленняпропродуцентамовленняСкладові

частинимоделімовноїособистостіякімиадаптувалидодискурсивного

портретуванняангломовнихзірокрозташованізапринципомайсбергаЦіннісні

настановикомунікантарозміщенінанайнижчомуярусінашоїпірамідитещо

чуєспіврозмовниклишечасткововідображаєтекимлюдинаєнасправдій

лишешляхоманалізуслівмовцяможнаотриматиповнеуявленняпройого

внутрішнійсвітТакимчиномлексиконвважаємопервинноюланкоюв

структурімовноїособистостіоскількивінєматеріаломдляоб’єктиваціїїї

прагматичногойціннісногоскладниківувиглядікомунікативномовнихзасобів

Об’єктомпрагматиконуобраностратегіюсамопрезентаціїзірковихперсонта

тактикиякіїїреалізуютьАналізостанніхдаєнамможливістьотримати

уявленняпроцінніснуорієнтованістьреспондентівякастановитьїхній

тезаурустарозподілитиЗМОзатакимипсихотипамиякПерсоналіст

ПрофесіоналіФілософВіднесеннязірковоїперсонидопевногопсихотипу

залежитьвідпереважаннявструктуріїїавтоіміджуодногозіскладниківЯприватногоЯпрофесійноготаЯаксіологічноговідповідно

СамопрезентаціяПДОмаєдвокомпонентнуінтенційнуструктурувякій

спрямованістьреспондентанасвоюперсонувпроцесісамохарактеризації

органічнопоєднаназіспрямованістюнасвогоспіврозмовниказметою

отриманнявизнанняпублікищоєголовнимКомунікативнаповедінкаЗМО

визначаєасертивнийіпревентивнийстиліведеннясамопрезентативної

діяльностівиокремленоїзашкалоюкомунікативноїінтеракції



СередхарактернихдляЗМОкомунікативнихтактикстратегії

самопрезентаціївиокремленітакітактикасаморекламитактика

екземпліфікаціїтактикаапеляціїдоавторитетуатитюднатактикатактика

персоніфікаціїтактикаімперсоналізаціїтактикаретроспекціїтактика

проспекціїтактикакомпліментуобструктивнатактикатактика

самовихваляннятактикаприпущенняякіналежатьдоасертивної

самопрезентаціїтактикавизнаннянедосконалостітактиказняття

відповідальностітактикавикликуемпатіїякіактуалізуютьпревентивну

самопрезентаціюселебритіперсони

Унаслідокдослідженнястилівсамопрезентаціїзірковихреспондентів

чоловічоїтажіночоїстатеймидійшливисновкупровідсутністьсуттєвих

розбіжностейувиборістилівсамопрезентаціїЗМОобохстатейВарсеналі

чоловіківіжінокнаявнітактикиасертивноїтапревентивноїсамопрезентаціїале

перевагуобидвідослідженігрупинадаютьасертивномустилюНатомість

достовірнівідмінностівиявленівтомущожінкиреспондентичастіше

використовуютьтактикипревентивноїсамоподачіЗМОжіночоїстатівластива

більшзастережливаманераконструюваннявласногоіміджущомаєнаметі

запобігтиформуваннювпублікинебажаногоуявленняпроїхнюперсону

Розглядаючисереднєзначеннячастотивикористаннятактик

самопрезентаціїЗМОобохстатейзауважимощоаналізданихзадопомогоюкритеріюСтьюдентавиявиввірогіднівідмінностіміждосліджуванимигрупами

респондентівСередасертивнихтактиксуттєвівідмінностіспостерігаємозама

знихретроспекціїрімперсоналізаціїрапеляціїдоавторитету

рперсоніфікаціїртактикоюсамовихвалянняр

припущеннярекземпліфікаціїркомпліментурі

обструктивноютактикоюрПрицьомутактикиретроспекції

імперсоналізаціїперсоніфікаціїапеляціїдоавторитетуйобструктивнутактику

частішевикористовуютьреспондентичоловічоїстатіякінамагаються

сподобатисяпубліцізавдякизгадуваннюсвоїхдосягненьуминулому

авторитетнихосібзісвогооточенняпозиціонуючисебекоманднимигравцями



тадемонструючисвоючоловічуміцьімужністьуподоланніжиттєвих

перешкодУсвоючергузіркижіночоїстатічастішенадаютьперевагутактикам

самовихвалянняприпущенняекземпліфікаціїтависловленнякомпліментів

Самопрезентаціяжінокмаєбільшдружнійхарактерпозбавленакатегоричності

йспрямовананапозиціонуваннясебеекспертомвобранійсферіпрофесійноїчи

творчоїдіяльності

Увикористанніособамипротилежнихстатейтактикпревентивної

самопрезентаціїспостерігаємовідмінностілишезаоднієюізних–тактикою

визнаннянедосконалостірРеспонденткичастішезачоловіків

визнаютьсвоїпомилкивадипевноюміроюзаперечуючистатусністьсвоєї

зірковостійнаголошуючиналюдськійприродісвоїхслабкостей

Зіставленняодержанихрезультатівізтрадиційнимигендерними

стереотипамидалозмогувиявитияктрадиційнімаскуліннійфемінінні

пріоритетитакіїхзмішуванняТакшляхомвивченнярівняпроявускладників

вавтоіміджіЗМОчоловічоїтажіночоїстатеймивиявилищосередструктурних

компонентівавтоіміджузірковихреспондентіввангломовнихЗПІнаявнітакі

ЯприватнеЯпрофесійнетаЯаксіологічнеАналізмовногоматеріалу

засвідчивщовобохвибіркахпереважаєдемонстраціяЯпрофесійногойнаявне

униканнятемприватноїсферищоєдоказомтогощосамопрезентативна

поведінказнаменитостейспрямовананаконструюванняперсонального

брендингучерезрезультатиїхньоїпрофесійноїдіяльності

ДостовірнівідмінностівиявленійусферіЯаксіологічногожінкичастіше

рзвертаютьсядоодвічнихтембуттявиносячинаобговоренняпубліки

власнуцінніснукартинусвітуякавідображаєїхністосункизоточенняматакож

ставленнядополітичнихрелігійнихтафілософськихпроблемДослідження

структуриавтоіміджуЗМОобохстатейдаєзмогувиокремитиїхніпсихотипи

ПерсоналістаПрофесіоналатаФілософаУчистомувиглядіціпсихотипи

знаменитостейіснуютьрідкореспондентивобохвибіркахрепрезентують

змішаніпсихотипизпереважаннямпрофесійногоначаладляпросунення



персональногобрендингузтієюлишерізницеющожінкинадаютьостанньому

ціннісноїорієнтації

Дляперсоналістівсередчоловіківіжінокхарактернимєпереважання

лексемнапозначеннякровноїспорідненості

емотивнихінтенсифікаторів



вигуків

стилістичнихзасобівнакшталт

ідіоматичнихтаметафоричнихвисловів

’персоніфікації



’

порівнянь

іповторіву

томучислійсинонімічних

використанняякпростиходноскладнихреченьіпоширених

двоскладнихтакіскладнихреченьізсуряднимчипідряднимтипомзв’язкущо

сприяютьдетальномуописуособистогожиттязіркиатакожпаузякіграфічно

представленітрикрапкоюйпередаютьсхвильованістьреспондентапри

згадуванніпевнихмоментівужиттічилюдейякідлянихєважливимиКрім

тогоумовленніжіноквиявленіоцінніприкметникинакшталт

тощо

Дляпрофесіоналатиповимєвживанняантропонімівуконтекстіапеляції

доіншихвідомихосібзякимиспівпрацюютьреспонденти

лексемнапозначення

агентивнопрофесійнихназв

немотивованихінтенсифікаторівнапозначеннякількіснихвідношень

складнопідряднихіскладносуряднихреченьякісприяють

розширеннюзміступовідомленьреспондентівщодоїхньоїпрофесійноїабо

творчоїдіяльностістилістичнихзасобівзокремапорівнянь



повторівутомучислі

синонімічних

метафоричнихвисловів

Уконтекстірозмовипросвоюпрофесійнудіяльністьжінки

частішезачоловіківвикористовуютьемотивніінтесифікаторинакшталт

семантичнихсуперлативівякіроблятьїхнємовленняемоційнішимівиразнішим





Дляфілософахарактерніабстрактнілексеми

дієслованапозначеннячуттєвогосприйняття

оцінніприкметники

’

стилістичнізасоби

емотивніінтенсифікатори



У

жіночомумовленніпривертаєувагуцитуванняфілософівминулого

–використанняримованих

композитівутворенихшляхомредуплікаціївставних

конструкцій’

’–’–

’

біноміалів’

’