**Ковригина Елена Александровна. Коммуникативная стратегия самопрезентации в дискурсе интернет-интервью : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / Ковригина Елена Александровна; [Место защиты: Кемер. гос. ун-т].- Кемерово, 2010.- 177 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-10/965**

**Федеральное агентство по образованию Российской Федерации**

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования **«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ № 1**

04.2.01 0 5 9 2 0 7 “ *Н° пРавах РУкописи*

**Ковригина Елена Александровна**

**КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ДИСКУРСЕ ИНТЕРНЕТ-ИНТЕРВЬЮ**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02Л9-т е о р и я языка

**Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор М.Ю.РЯБОВА**

**Кемерово 2010**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[ВВЕДЕНИЕ 4](#bookmark4)

[ГЛАВА 1. ИНТЕРНЕТ-ИНТЕРВЬЮ: ЖАНРОВЫЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ 12](#bookmark5)

1. [Интервью как форма диалогического дискурса 12](#bookmark6)
   1. [Понятие дискурса. Типы дискурсов 12](#bookmark7)
   2. [Диалогический дискурс и речевой жанр 18](#bookmark8)
   3. [Лингвистические особенности диалогического дискурса 32](#bookmark10)
   4. [Диалогический дискурс интернет-интервью 38](#bookmark11)
      1. [Особенности интернет-коммуникации 39](#bookmark12)
      2. [Лингвистические особенности жанра интернет-интервью 50](#bookmark13)
2. [Понятие стратегии и тактики 61](#bookmark14)
   1. [Определение стратегии. Виды стратегий 61](#bookmark15)
   2. [Тактики, техники и ходы актуализации стратегий 68](#bookmark16)

[Выводы по главе 1 72](#bookmark17)

[ГЛАВА 2. ИНТЕРНЕТ-ИНТЕРВЬЮ И СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ДИСКУРСЕ АМЕРИКАНСКИХ СМИ 76](#bookmark18)

1. [Определение стратегии самопрезентации 76](#bookmark19)
2. [Тактики актуализации стратегии самопрезентации 82](#bookmark20)
3. Прямые тактики самопрезентации. Лингвистические приемы и

коммуникативно-прагматические средства 91

* 1. [Тактика самопродвижения 92](#bookmark22)
     1. [Техника демонстрации профессиональных достоинств 93](#bookmark23)
     2. [Техника продвижения продукта профессиональной деятельности 100](#bookmark24)

з

* 1. [Тактика заискивания 107](#bookmark26)
     1. [Техника поддакивания 108](#bookmark27)
     2. [Техника проявления дружелюбия 108](#bookmark28)
  2. [Тактика самозатруднения 110](#bookmark29)
  3. [Тактика экземплификации 115](#bookmark30)
     1. [Техника демонстрации общественной значимости 116](#bookmark31)
     2. [Техника демонстрации нравственных качеств 119](#bookmark32)

1. [Непрямые (косвенные) тактики самопрезентации. Лингвистические приемы и коммуникативно-прагматические средства 123](#bookmark21)
   1. [Тактика снятия ответственности 123](#bookmark34)
      1. [Техника ссылки на обстоятельства 123](#bookmark35)
      2. [Техника опровержения порочащих мнений 126](#bookmark36)
   2. [Тактика наслаждения отраженной славой 127](#bookmark37)
   3. [Тактика вредительства 129](#bookmark38)
   4. [Тактика уклонения от ответа 134](#bookmark39)
   5. [Комбинированные тактики самопрезентации 137](#bookmark40)
2. [Статистический анализ средств стратегии самопрезентации 140](#bookmark41)

[Выводы по главе 2 144](#bookmark42)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 146](#bookmark43)

[Список используемой литературы 151](#bookmark44)

[Список источников цитируемых примеров 167](#bookmark45)

Список словарей и справочно-информационных изданий 169

Приложение 1 170

Приложение 2 173

**ВВЕДЕНИЕ**

Известно, что изучение диалога постоянно находится в фокусе интереса исследователей. Диалогичность всегда была свойственна мышлению, познавательной деятельности, межличностному взаимодействию людей. Поэтому диалогу, диалогической речи как особому феномену человеческого мышления, бытия и сознания уделяется пристальное внимание.

Первичность и естественность диалогической речи признаются многими исследователями (М. М. Бахтин, Т. Г. Винокур, Т. Н. Колокольцева JI. В. Щерба, JI. П. Якубинский). Диалог противопоставляется другим формам речевого взаимодействия как форма наиболее конструктивная и максимально гибкая.

М. М. Бахтин отмечает, что в диалоге «человек не только проявляет себя вовне, а впервые становится тем, что он есть <...> не только для других, но и для себя самого» [Бахтин 1979:294]. Согласно М. М. Бахтину, диалогический характер носит и человеческое мышление в целом.

JI. П. Якубинский указывает на естественность диалога в отличие от монолога. Исследователь подчеркивает, что любой монолог вызывает в восприятии реципиента реакцию и, таким образом, монолог приобретает черты диалога [Якубинский 1986].

Диалогическая речь является наиболее органичным воплощением коммуникативной функции языка. Диалог, в отличие от монолога, прямо и непосредственно ориентирован на конкретный коммуникативный результат. Инвариантом речевого поведения является поиск общего языка, а идеалом диалогического взаимодействия - гармоничное общение, направленное на достижение коммуникативного согласия. Такое общение предполагает использование совокупности языковых и речевых приемов для достижения намеченной цели, то есть коммуникативных стратегий, которые лежат в основе диалога. Исследованию стратегического взаимодействия в диалогическом дискурсе посвящено большое количество трудов (Блакар 1987; Ларина 2001; Каспарова 2002; Мкртчян 2004; Кузьменкова 2005; Дацюк 2006; Goffman 1971; Gumperz 1982; Dijk 1983 и др.).

Одной из неизменных интенций говорящего в процессе диалогического взаимодействия является намерение произвести нужное впечатление на окружающих. Инструментом создания необходимого впечатления о себе служит коммуникативная стратегия самопрезентации. Стратегия самопрезентации попадала в фокус внимания многих исследователей (Жуков 1988; Адлер 1997; Бороздина 1999; Доценко 2001; Михайлова 2006; Михайлова 2007; Рябова 2008; Кубрак 2009; Goffman 1959; Harre

1979; Tedeschi, Riess 1981; Dijk 1983; Baumeister, Steinhilber 1984; Waite 1984).

В настоящее время диалог в самых разнообразных его проявлениях получает широкое распространение даже в тех сферах, которые отличались отчетливо выраженной монологичностью. В электронных средствах массовой информации, на страницах газет и журналов диалогические жанры (например, беседа, интервью, «круглый стол») занимают все более прочные позиции [Колокольцева 2001].

Немаловажен аспект речевого воздействия в диалогическом дискурсе, в том числе и интернет-интервью. Воздействию и манипуляции в жанре интервью и вообще в СМИ посвящено большое количество работ (Речевое воздействие... 1990; Николаева 1990; Иссерс 2003; Солганик 2005; Шейнов 2007; Dijk 1997 и др.).

Интервью как один из видов диалогического дискурса — это значительная и динамичная сфера современной публичной речи. В интервью собеседники, интервьюер и интервьюируемый, участвуют в информационном обмене для информирования третьего участника коммуникации - аудитории [Голанова 2000]. Поскольку макроинтенцией интервьюируемого зачастую является позитивное позиционирование, то есть создание благоприятного впечатления о себе, то достижение этих целей воплощается в реализации стратегии самопрезентации.

*Актуальность* работы обусловлена необходимостью исследования способов реализации коммуникативной стратегии самопрезентации, важностью изучения дискурса Интернета и его жанров, недостаточностью освещения прагмалингвистических особенностей интернет-интервью.

*Объектом* настоящего исследования является дискурс интернет- интервью как форма электронной диалогической коммуникации, актуализируемой в массмедиа-среде.

*Предметом* анализа являются коммуникативно-прагматические средства, реализующие коммуникативную стратегию самопрезентации в дискурсе интернет-интервью.

*Цель* данного исследования заключается в том, чтобы выполнить лингвопрагматическое описание коммуникативной стратегии самопрезентации современного интернет-интервью в дискурсе массмедиа.

*Задачами* исследования являются:

1. определить и описать лингвистические особенности дискурса и нтернет-интервью;
2. охарактеризовать лингвопрагматические признаки коммуникативной стратегии самопрезентации как одной из ведущих в репертуаре интернет- интервью;
3. описать арсенал коммуникативных тактик, техник и ходов, конституирующих данную стратегию;
4. провести количественный анализ лингвистических средств, актуализирующих стратегию самопрезентации в дискурсе интернет- интервью.

*Материалом* исследования является корпус диалогических единств (720 единиц), включающий реплики, реализующие коммуникативную стратегию самопрезентации, собранные приемом сплошной выборки из 29 интервью, размещенных на веб-страницах американских электронных СМИ (общим объемом 203 страницы). Выбор дискурса интернет-интервью в средствах электронной коммуникации США в качестве материала данного исследования обоснован следующим. Интернет выступает в настоящее время одним из наиболее распространенных и популярных средств массовой информации; жанр интернет-интервью широко представлен в интернет- пространстве американских СМИ, и поэтому он наиболее полно выявляет прагмалингвистические особенности интернет-дискурса в целом и жанра интервью в частности. Средства массовой информации США широко распространены и оказывают существенное влияние на формирование, функционирование и развитие дискурсивных жанров современной коммуникации в целом, что позволяет изучать закономерности их функционирования с позиции общетеоретических исследований.

*Методологической базой* настоящего исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов в области прагмалингвистики - Дж. Остина, Дж. Серля, П. Грайса, Г. Лича; теории дискурса - Т. А. ван Дейка, В. И. Карасика, М. JT. Макарова, В. 3. Демьянкова и других ученых.

*Методы* исследования. В процессе исследования были использованы общие методы научного анализа: обобщение, сравнение, а также

лингвистические методы исследования, такие как: описательный метод, интерпретативный метод, дискурс-анализ, метод прагмалингвистического анализа, контекстуальный анализ, прием сплошной выборки и элементы количественного анализа.

*Теоретическая значимость* исследования состоит в том, что его результаты и выводы вносят вклад в развитие прагмалингвистического исследования дискурса, а именно: в разработку теории коммуникативных стратегий, в развитие теории диалогической коммуникации, теории речевых жанров, теории электронной коммуникации.

*Практическая значимость* исследования заключается в том, что его положения могут быть использованы в преподавании курсов прагмалингвистики, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, психолингвистики, социолингвистики, теории дискурса, а также при написании курсовых и дипломных работ, касающихся данной проблематики.

*Научная новизна* исследования состоит в том, что проведено комплексное лингвистическое описание коммуникативных тактик, техник и ходов, конституирующих коммуникативную стратегию самопрезентации в дискурсе интернет-интервью, создана таксономия тактик и техник самопрезентации по параметру «прямая» / «косвенная», раскрывается и характеризуется набор коммуникативных ходов и лингвистических средств, актуализирующих стратегию самопрезентации интервьюируемого в пространстве диалогической интернет-коммуникации.

*Положения, выносимые на защиту:*

1. Интернет-интервью — это жанр интернет-коммуникации, характеризующийся рядом отличительных признаков, свойственных публицистическому дискурсу в пространстве глобальной сети: диалогичностью (форма первичного разговорно-делового

институционального публичного многоцелевого диалога);

информативностью, подготовленностью, гипертекстуальностыо,

интерактивностью, многоканальностью, креолизованностью.

1. Самопрезентация является важнейшей конституирующей коммуникативной стратегией дискурса интернет-интервью как стратегия, максимально полно отвечающая общей цели интервьюируемого представить себя в наиболее выгодном свете и, тем самым, обеспечить свое коммуникативное, идеологическое, политическое или иное доминирование. Коммуникативная стратегия самопрезентации представляет собой набор речевых действий, направленных на создание определенного впечатления о говорящем.
2. Коммуникативная стратегия самопрезентации включает в себя четыре прямых коммуникативных тактики: самопродвижение, заискивание, самозатруднение, экземплификация; и четыре непрямых (косвенных) коммуникативных тактики: снятие ответственности, наслаждение отраженной славой, вредительство, уклонение от ответа.
3. Прямые тактики самопрезентации базируются на коммуникативных техниках демонстрации профессиональных достоинств, продвижения продукта профессиональной деятельности, поддакивания, проявления дружелюбия, демонстрации общественной значимости, демонстрации нравственных качеств. Непрямые тактики самопрезентации базируются на коммуникативных техниках ссылки на обстоятельства, опровержения порочащих мнений.
4. Арсенал лингвистических средств, обслуживающих коммуникативную стратегию самопрезентации в интернет-интервью, характеризуется преимущественным использованием комплекса вариативных единиц языка: лексических — сферы разговорного регистра, эмоционально-оценочной модальности (релятивы, минимизаторы, квантификаторы, фразеологизмы); функционально-прагматических — средства экспрессивизации речи (повторы, интенсификаторы, фигуры речи); семантико-синтаксических - отрицание, залоговые формы, употребление как сложных, так и грамматически упрощенных форм синтаксиса.

*Апробация работы.* Основные положения работы представлены в 9 публикациях, в том числе в 3 статьях, размещенных в ведущих научных рецензируемых журналах, определенных ВАК РФ. Положения диссертационного исследования освещались в докладах на международных (Бийск 2006 г., Тамбов 2006 г., Кемерово 2008 г.) и региональных (Новокузнецк 2008 г.; Ленинск-Кузнецкий 2008 г.) научно-практических конференциях. Результаты исследования обсуждались на заседании кафедры английской филологии № 1 факультета романо-германской филологии Кемеровского государственного университета (2007, 2010 гг.).

*Структура работы:*

Во *введении* обосновывается выбор темы и ее актуальность, определяются общее направление исследования, его цель, задачи, перечисляются основные методы анализа, обосновывается научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность работы и излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В *первой главе* «Интернет-интервью: жанровые и лингвистические признаки» уделяется внимание понятиям дискурса, речевого жанра, речевого акта, особенностям интернет-интервью как жанра диалогического дискурса, рассматриваются категории коммуникативной стратегии и тактики, их виды, уточняется понятие коммуникативной техники (хода).

Во *второй главе* «Интернет-интервью и стратегия самопрезентации в дискурсе американских СМИ» характеризуется коммуникативная стратегия самопрезентации как одна из основных стратегий интервьюируемого в дискурсе интернет-интервью, описывается репертуар прямых и непрямых коммуникативных тактик, конституирующих коммуникативную стратегию самопрезентации, а также набор лингвистических средств, обслуживающих данные тактики и техники.

В *заключении* подводятся итоги исследования, намечаются перспективы дальнейшего изучения проблемы.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Коммуникация представляет собой социальный процесс,

отражающий общественную структуру и выполняющий в ней связующую функцию. Коммуникация осуществляется в разных формах. Различают коммуникацию устную и письменную, деловую коммуникацию, научную коммуникацию, художественную коммуникацию, массовую коммуникацию и т.д.

Особую значимость в современном мире приобрели массовые коммуникации, владение которыми оценивается как осуществление власти и силы. Медиа получили название четвертой власти, наряду с силой государства, бизнеса и общественных организаций. Массовая коммуникация (в форме медиа-коммуникаций) представляет собой такую сферу человеческой деятельности, в которой язык в наибольшей степени реализует свои потенции функционирующей целостности. Развитие современных средств и технологий связи в форме Интернета позволяет говорить о так называемых информационных, цифровых, глобальных, сетевых коммуникациях.

Интернет-интервью как одно из наиболее популярных современных средств массовой коммуникации оказывает значительное воздействие на язык во всем его разнообразии. Все это позволяет сделать вывод об актуальности лингвистического исследования интернет-интервью.

Интернет-интервью относится к первичному устному официальному публичному многоцелевому диалогу, сочетающему в себе черты разговорного и делового стилей и вбирающему в себя свойства как публицистического дискурса, так и интернет-дискурса. Свойствами интернет-интервью являются его информативность и интерактивность, наличие гиперссылок, несущих дополнительную информацию.

Лингвистические особенности современного интервью американского интернет-дискурса включают употребление вводных слов-заполнителей, личных местоимений первого и второго лица, профессионализмов и американизмов, лексики, маркированной в плане категории культуроспецифичности, разговорной лексики и сленга, интенсификаторов, повторов, фигур речи, эллиптических конструкций, усеченных форм, вопросительных предложений с прямым порядком слов и др.

Одной из основных интенций говорящего является поддержание собственного положительного имиджа, поэтому чрезвычайно важно при достижении коммуникативной цели не только не «потерять лицо» или не заслужить социальное неодобрение, но и создать определенное впечатление о себе в глазах других, то есть реализовать коммуникативную стратегию самопрезентации.

В настоящее время, когда конкурентная борьба в различных сферах жизни общества обостряется, и огромную роль играет имидж человека, овладение приемами самопрезентации особенно важно. Эффективное общение предполагает умение произвести благоприятное впечатление и добиться положительных результатов от взаимодействия с другими людьми. В речевой коммуникации происходит самопрезентация личности, причем в деловом общении самопрезентация принимает ролевые признаки и становится еще более актуальной.

Использование коммуникативной стратегии самопрезентации подразумевает воздействие на адресата в своих целях. Тактики и техники самопрезентации позволяют интервьюируемому не просто описывать какую- либо ситуацию внешнего мира, но и интерпретировать ее в нужном для себя свете, управлять восприятием ситуации и навязывать аудитории ее положительную (отрицательную) оценку.

В ходе общения говорящий создает свой образ для других, употребляя различные приемы, способствующие позитивизации собственного имиджа, то есть является «актером» и использует принцип драматизации, представляя себя в выгодном свете. Для тех «актеров», которые выступают на публике, значимость успеха самопрезентации возрастает.

С целью усиления воздействия на окружающих пользуются принципом идеализации, предполагающим соблюдение норм поведения определенного социума, например, для англоязычной среды общения наиболее характерными нормами коммуникации являются вежливое речевое поведение, соблюдение дистанции.

Макроинтенция участника интернет-интервью определяет используемую им коммуникативную стратегию, которая представляет собой совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи. Коммуникативные тактики, техники и ходы в свою очередь являются инструментами актуализации стратегии.

В исследовании выявлен набор коммуникативных тактик, техник и ходов, реализующих одну из основных интенций интервьюируемого - интенцию создания благоприятного впечатления о себе, актуализируемую в форме коммуникативной стратегии самопрезентации. Коммуникативная стратегия самопрезентации находит широкое применение в жанре интернет- интервью, являясь важнейшей конституирующей стратегией данного жанра.

В интернет-интервью представлены прямые тактики коммуникативной стратегии самопрезентации интервьюируемого: тактика самопродвижения, тактика заискивания, тактика самозатруднения, тактика экземплификации; и непрямые тактики стратегии самопрезентации, такие как, тактика снятия ответственности, тактика наслаждения отраженной славой, тактика вредительства, тактика уклонения от ответа. Стратегия самопрезентации в интернет-интервью также реализуется посредством комбинаций данных тактик. Коммуникативные тактики самопрезентации в свою очередь актуализируются с помощью соответствующих техник и ходов. Речевые акты, конституирующие указанную стратегию, зачастую являются косвенными.

Лингвистическими средствами выражения тактик и техник стратегии самопрезентации являются эмоционально-оценочная лексика, разговорная лексика, интенсификаторы, фразеологизмы, стилистические фигуры речи (метафора, метонимия, оксюморон, гипербола, ирония и др.), повторы, пассивные конструкции, эллипсис, эмфатические конструкции. К коммуникативным ходам, обслуживающим стратегию самопрезентации в интернет-интервью относятся ходы пояснения, смягчения, приведения примера, уточнения и другие. Среди ходов, сопутствующих техникам самопрезентации, чаще всего представлен ход смягчения.

Согласно проведенному нами анализу, прямые тактики коммуникативной стратегии самопрезентации используются интервьюируемыми в 64 % случаев, непрямые - в 36 % случаев. Наиболее частотными прямыми тактиками самопрезентации являются тактики самопродвижения и заискивания. К наиболее популярным косвенным тактикам относятся тактики снятия ответственности и уклонения от ответа. Тактики самопрезентации реализуются за счет соответствующих техник, (например, тактика экземплификации может реализовываться за счет техники демонстрации общественной значимости и техники демонстрации нравственных качеств).

Таким образом, лингвистический феномен стратегии самопрезентации является важнейшим признаком современной коммуникации. Намечая перспективы дальнейших исследований, стоит отметить, что коммуникативная стратегия самопрезентации может исследоваться в других

видах интервью, других речевых жанрах, а также на материале других языков.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Аветисян, Н. Г. Язык СМИ как фактор развития языка [Текст] /

Н. Г. Аветисян // Вестник Московского университета. — Серия 19 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». — 2002. — №4. — С. 80-86.

1. Авраменко, О. В. Речевой акт и речевой жанр как прагматические особенности дискурса: [Электронный ресурс] / О. В. Авраменко // <http://www.rusnauka.com/ll>. NPRT 2007/Philologia/22034.doc.htm. - 2007.
2. Адлер, А. Комплекс неполноценности и комплекс превосходства [Текст] / А. Адлер. - Киев: Наука жить, 1997. - 288 с.
3. Адмони, В. Г. Система форм речевого высказывания [Текст] /

В. Г. Адмони. - СПб., 1994. - 256 с.

1. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык [Текст] / И. В. Арнольд. - Изд. 5-е, испр. и доп. - М.: Флинта: Наука, 2002. — 384 с.
2. Арутюнова, Н. Д. Жанры общения [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. - М.: Наука, 1992. — С. 52—56.
3. Арутюнова, Н. Д. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / Гл. ред. В. Н. Ярцева. - М.: Сов. Энциклопедия, 1990. — С. 136-137.
4. Арутюнова, Н. Д. Некоторые типы диалогических реакций и «почему»-реплики в русском языке [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Филологические науки. - 1970. - №3. - С. 44-58.
5. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт [Текст] / Н. Д. Арутюнова. - М.: Наука, 1988.-341 с.
6. Балыхина, Т. М. Курс русского языка и культуры речи для учащихся вузов: [Электронный ресурс] / Т. М. Балыхина, М. В. Лысякова, М. А. Рыбаков // http://langrus.ru/data.aspx?id=8. — 2007.