

10.02.00

С.В. Фашанова, Цзюй Чуанья

Томский государственный университет,
филологический факультет, кафедра русского языка,
Томск, faschanova@gmail.com, 450076784@qq.com

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ И СПОСОБЫ ЕЁ ЯЗЫКОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОМ РАДИОДИСКУРСЕ*

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований («Культуроформирующие функции радиодискурса с позиции лингвистики»), проект № 14-34-01022.

В публикации на примере радиопрограмм о культуре исследуются коммуникативная стратегия самопрезентации, коммуникативные тактики, репрезентирующие данную стратегию и языковые средства их воплощения и моделирования. Выявлены особенности самопрезентации в культурно-просветительском радиодискурсе. В качестве материала исследования использованы культурно-просветительские программы радиостанции «Эхо Москвы».

Ключевые слова: *культурно-просветительский радиодискурс, самопрезентация, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика.*

Самопрезентация – наиболее исследованное понятие в изучении дискурса говорящего о себе. В лингвистике термин *самопрезентация* используется в двух основных значениях: 1) представление, т.е. название своего имени и должности, социального статуса, роли при знакомстве и т.п.; 2) коммуникативная (в т.ч. вербальная) стратегия управления впечатлением о говорящем у адресата [3]. Самопрезентация в лингвистике изучается в разных аспектах: в формально-языковом аспекте [2]; в манипулятивном аспекте [5]; в аспекте коммуникативных стратегий и тактик [1, 6] и др.

Эффективность самопрезентации во многом определяется правильным выбором коммуникативных стратегий и тактик (далее – КС и КТ), суть которых состоит в передаче коммуникатором информации о самом себе и о радиостанции, способствующей созданию у аудитории своеобразной модели адресанта и радиостанции [4].

Цель данного исследования – выявить типичные КТ и языковые средства репрезентации КС самопрезентации в культурно-просветительском радиодискурсе. Актуальность и новизна работы обусловлены коммуникативно-прагматическим аспектом исследования взаимодействия адресата и адресанта в сфере публичной коммуникации, а также включением в научный оборот ранее не изученного материала – культурно-просветительского радиодискурса. В качестве материала использованы радиопрограммы «Эха Москвы»: «Книжное казино», «Непрошедшее время».

Важным элементом стратегии самопрезентации является использование **этикетных тактик** (приветствие, прощание и т.п.). Радиоведущие культурно-просветительских программ, как правило, ориентируются на игровой стиль общения и использование неформальных этикетных формул в реализации указанных КТ: *5 часов 12 минут, фонарь не зажегли, а я уже говорю без микрофона. Собственно, нас и без микрофона все слышат. Добрый день еще раз. У микрофона Ксения Ларина* (Книжное казино). Ведущая в игровой манере намекает на то, что она целый день работает в прямом эфире, но при этом остается бодрой и веселой. Игровой тон задает форму дальнейшего общения, ведущие часто используют уменьшительно-ласкательные формы имени, ср.: *Приветствую, Май; Маечка, приветствую тебя.*

Одной из частотных КТ, реализующей КС самопрезентации, является **тактика установки на оригинальность**. Стремление выделиться из общего контекста приводит к тому, что коммуниканты активно употребляют приемы языковой игры. Например, на одну из передач «Книжного казино» были приглашены два известнейших режиссёра Г. Яновская и К. Гинкас, и, конечно, ведущим был известен их статус, но для того, чтобы представить гостей слушателям, ведущая использует игровой прием, а гости активно включаются в игру: К. Ларина – *Ну, я думаю, что нет нужды представлять, рассказывать, что за люди. Но скажу, что это люди из московского Театра Юного Зрителя. Один из них – главный режиссер. Кстати, вот вопрос, кто?* Г. Яновская – *Кстати, вот вопрос, кто?*

Среди других частотных КТ, реализующих КС самопрезентации, выделим следующие. **КТ передачи объективной информации о себе** (терминологические обозначения некоторых КТ взяты из работы С.В. Волошиной [1]), которая предполагает передачу фактической информации: возраст, семейное положение, профессия, место жительства и т.п.): *И я выросла в Стокгольме* (Непрошедшее время).

КТ передачи субъективной информации – оценка респондентом своих внешних данных, черт характера, интеллектуального уровня, жизненного опыта и др.: *Вы знаете, мы читали Пушкина, Лермонтова. Это было в этом курсе. Это я очень рада, что я их читала рано* (Непрошедшее время).

КТ апелляции к семье, предполагающая самопрезентацию человека через сообщение информации о родителях, членах семьи: *Но я из, ну, что, скажем, буржуйской семьи. То есть мой отец был профессором и членом парламента* (Непрошедшее время).

КТ апелляции к пространству – использование информации о месте рождения, работы, учебы, представление того или иного места как уникального в целях создания положительного впечатления о себе: *И я выросла в Стокгольме. <...> Так что мы тогда переехали в Уппсаль, где он и учился* (Непрошедшее время).

КТ представления профессии, профессиональных достижений: *На самом деле, вот несмотря на то, что название моего отдела звучит так грустно – мужская, все-таки это не совсем так. Потому что у меня есть разделение: мужская литература с точки зрения российской художественной литературы* (Книжное казино).

КТ отождествления заключается в самоидентификации, причислении себя к определенной группе, кругу и т.п.: *Я всю жизнь была журналистка* (Непрошедшее время).

Характеризуя языковые средства репрезентации и моделирования КС самопрезентации в культурно-просветительском радиодискурсе, следует выделить следующие особенности:

1) Синтаксический параллелизм: *я была молодая, я была корреспонденткой; я была, я стала, я писала, я выбрала...*

2) Большое количество вводных слов и конструкций со значением: а) призыва к собеседнику: *знаете, понимаете, представьте себе, послушайте, согласитесь, заметьте* и др.; б) уверенности/неуверенности в сообщаемой информации: *конечно, разумеется, в самом деле, действительно, по-моему, наверное* и др.; в) выражения различных чувств: *к счастью/к несчастью, к удивлению/к сожалению* и др.

3) Использование оценочной лексики: *Я решила стараться жить половину жизни при коммунизме. Да, это звучит глупо; А потом я перешла, надо сказать, на более полезный русский курс; Снег, даль, Спас на крови, там это было очень впечатляюще.*

КТ и языковые средства, реализующие КС самопрезентации в культурно-просветительском радиодискурсе, раскрывают приглашенного гостя как выдающуюся личность и как обычного человека одновременно. Большую роль в языковом моделировании данной стратегии играют лексические средства с положительной оценкой и синтаксические средства языка: синтаксический параллелизм, вводные слова и конструкции.

Список литературы

1. Волошина С.В. Коммуникативная стратегия самопрезентации в автобиографическом дискурсе // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2014. – № 9. – С. 261-265.
2. Елькина О.М. Самопрезентация автора текста в компьютерно- опосредованной коммуникации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2011. – № 2. – С. 88-93.
3. Лаппо М.А. Самоидентификация и самопрезентация в разных типах дискурса // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. – 2012. – Т. 6. – № 2. – С. 72-76.
4. Нестерова Н.Г. Коммуникативные стратегии и тактики в спонтанном радиодискурсе // Знак. – 2012. – № 2. – С. 55-60.
5. Соловьева Н.В. Стратегии презентации коммуникантов в текстах научных дискуссий // Российская и зарубежная филология. – 2009. – № 1. – С. 29-37.
6. Фацанова С.В. Коммуникативные стратегии презентации и самопрезентации и способы их языкового воплощения в радиопрограммах о культуре // Казанская наука. – 2015. – № 11. – С. 194-196.