

УДК 811.111+81'27

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ІМІДЖЕВОЇ СТРАТЕГІЇ ЛЕГІТИМАЦІЇ ДІЙ АМЕРИКАНСЬКИХ СИЛОВИХ СТРУКТУР В АНГЛОМОВНОМУ МАС-МЕДІА ДИСКУРСІ

Лисичкіна І. О.

Академія внутрішніх військ МВС України, м. Харків

Стаття присвячена з'ясуванню лінгвопрагматичних параметрів іміджевої стратегії легітимації дій американських силових структур в англomовному мас-медіа дискурсі. У межах дослідження визначено компоненти, тактики й специфіку реалізації цієї репараційної стратегії, окреслено часткові стратегії та основні топоси, звернення до яких сприяє посиленню стратегії легітимації в англomовних мас-медіа статтях негативної тональності та підтриманню позитивного іміджу американських силових структур.

Ключові слова: імідж, комунікативна стратегія, репараційна стратегія, легітимація, топос.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку лінгвістики характеризується міждисциплінарністю наукового пошуку, особливим інтересом мовознавців до феноменів, пов'язаних із соціальною поведінкою та інститутами суспільства. Один із таких соціальних феноменів – імідж – постає ефективним інструментом управління індивідуальною, колективною і масовою свідомістю, оскільки справляє значний вплив на всі сфери життя людини і суспільства. Потужним простором формування іміджу наразі є мас-медіа дискурс, оскільки пересічна людина схильна довіряти засобам масової інформації через відсутність або брак більш авторитетних каналів інформації.

Традиційно імідж розглядається у межах іміджелогії та корпоративної комунікації. Власне лінгвістичні розвідки у царині формування іміджу не є численними і мають фрагментарний характер (О. С. Іссерс [2], К. В. Кіуру [3], С. І. Окс [4], А. В. Олянич [5], Є. В. Фролова [7], О. В. Булгакова [1], І. О. Сушненкова [6]), хоча є перспективними, оскільки імідж формується в процесі комунікації комунікативними і мовними засобами за допомогою низки комунікативних стратегій і тактик.

Актуальність визначення комунікативних стратегій формування іміджу організацій підкреслюється відповідністю дослідження сучасній інтегральній парадигмі [8], необхідністю встановлення лінгвопрагматичних особливостей формування іміджу організацій засобами мас-медіа для розуміння чинників ефективної комунікації та важливістю з'ясування характеристик окремих іміджевих комунікативних стратегій для розвитку іміджелогії, теорії комунікації та дискурсології.

Мета цього дослідження полягає в окресленні лінгвопрагматичних параметрів іміджевої стратегії легітимації дій американських силових структур в англomовному мас-медіа дискурсі.

Матеріалом дослідження слугували публікації в англomовних мас-медіа виданнях стосовно скандалу, пов'язаного з діяльністю спецслужб США (червень 2013 року). Імідж силових структур як сукупності органів влади, основним завданням яких визначено забезпечення зовнішньої і/або внутрішньої безпеки держави, було

обрано з урахуванням великої дистанції пересічної людини від цих організацій, що знижує вплив безпосередньої взаємодії з цими організаціями на формування іміджу силових структур у свідомості пересічної людини.

Імідж силової структури є соціально-орієнтованим відбитком образу [5, с. 14] цієї організації, стійко існуючим та відтвореним у масовій і/або індивідуальній свідомості [5, с. 107], оскільки він виникає та коректується як результат сприймання інформації, яка надходить із зовнішнього середовища про цю силову структуру через сітку діючих стереотипів, а його найважливішою характеристикою визначено соціальну зумовленість.

З позицій комунікативної лінгвістики імідж силової структури доцільно розглядати як «згорнутий» текст, сукупність комунікативних стратегій і тактик представлення цієї організації, вербалізованих у певних дискурсах з метою створення або коригування ставлення аудиторії до самої структури і її представників.

У таксономії іміджевих стратегій виділяємо три групи основних стратегій за інтенцією адресанта: 1) іміджеформувальні та іміджепідсилювальні, 2) репараційні й 3) дискредитаційні, які, у свою чергу, передбачають ієрархію часткових стратегій та підсилюються допоміжними стратегіями, які сприяють здійсненню оптимального впливу на адресата.

Реалізація макростратегій прозорості та легітимації діяльності силової структури вимагає особливого представлення негативної інформації, або таких фактів, які можуть зашкодити позитивному іміджу цієї організації. Отже, репараційна стратегія легітимації дій силової структури є основою коригування вже сформованого іміджу, оскільки спрямована на визнання або підтвердження правильності й законності дій цієї організації, особливо в ситуаціях, які несуть загрозу сформованому позитивному іміджу. Аналіз публікацій про скандал із прослуховуванням громадян спецслужбами США у червні 2013 року свідчить, що стратегія легітимації постає основою таких повідомлень.

Репараційна стратегія легітимації дій силової структури виступає глобальною текстотвірною стратегією, оскільки співпадає з темою повідомлення і реалізується як у назві повідомлення (*UK says eavesdropping is legal, defends U.S. spy links* (2)), так і в тексті (*Britain said eavesdropping by its GCHQ security agency was legal ...* (2)), причому може мати фреймову структуру. Вербальними маркерами легітимації постають лексичні одиниці сфери права на кшталт *legal, judge, court, legality, law* та відповідні словосполучення (*approved by a judge* (1), *under court supervision* (3), *governed by a very strong legal framework* (2) тощо).

Ця стратегія експліцитно реалізується як авторським нарративом (*Like the phone-records program, PRISM was **approved by a judge** in a secret court order* (1)), так і наведенням прямої мови авторитетних осіб (*In the statement issued Saturday, Director of National Intelligence James R. Clapper Jr. Described PRISM as «an internal government computer system used to facilitate the **government's statutorily authorized** collection of foreign intelligence information from electronic communication service providers **under court supervision** (3)), або посиланням на авторитети (*The nation's top intelligence official stressed Saturday that a previously undisclosed program for tapping into Internet**

usage is authorized by Congress, falls under strict supervision of a secret court and cannot intentionally target a U.S. citizen (1).

Репараційна стратегія легітимації дій містить два компоненти, а саме: 1) недопущення неправомірних дій, відповідність діяльності організації закону (*Clapper said the data collection under the program ... was with the approval of the secret Foreign Intelligence Surveillance Act Court (1)*) та 2) часткову виправданість порушення закону обставинами заради вічних цінностей (*It continues to be one of the most important tools for the protection of the nation's security (1)*). Таким чином, вербалізуються топоси апеляції до закону та звернення до вищих цінностей.

Основна репараційна стратегія легітимації дій силових структур реалізується зокрема низкою часткових і допоміжних стратегій і тактик. Так, легітимація дій може посилюватися стратегією мітигації, апеляції до вищих цінностей та зверненням до універсальних топосів успішності діяльності.

Мітигація сприяє «пом'якшенню» повідомлення про наслідки діяльності силових структур і зазвичай реалізується разом із апеляцією до вічних цінностей на кшталт свобода (*Hague said there was no threat to privacy or people's civil liberties (2)*). Використання евфемізмів призводить до семантичної невизначеності. Так, власне програма, про яку йдеться в аналізованих повідомленнях, має декілька референцій, починаючи від нейтральних *phone program (4)*, *phone records program (4)*, *phone records collection program (1)* до *intelligence program (1)*, *intelligence-gathering program (1)*, *surveillance program (4)*, *Internet surveillance program (3)*, *data-mining program (4)*, *Internet spying program (1)*, *eavesdropping (2)*, причому останній варіант зустрічається лише в британському виданні, а не в американських, попри очевидну незаангажованість американських мас-медіа щодо підтримки позитивного іміджу спецслужб США.

Експлуатація топосу тероризму (*Those purposes include prevention of terrorism, hostile cyber activities or nuclear proliferation (1)*) виправдовує дії силових структур, чому також сприяє компенсація – наведення відомостей про успішні операції заради людства (*Fed's surveillance foiled 2009 NYC terror plot (4)*; *The program thwarted a terrorism plot (4)*), які в статтях частіше подаються за принципом шарування.

Репараційна стратегія легітимації дій силових структур може мати імпліцитне вираження за допомогою тактики переакцентуації повідомлення з імплікатурою «таємна діяльність спецслужб була правильною, а тепер вороги отримали інформацію, якою зможуть скористатися» (*An al-Qaida affiliated website on Saturday warned against using the Internet to discuss issues related to militant activities ... (1)*). У наведеному фрагменті простежується тактика залякування, оскільки al-Qaida уособлює Зло, а отже згадування назви цієї організації є маніпулятивним кроком із боку адресанта.

Іншим засобом маніпулювання є інтертекстуальність, представлена в статтях про прослуховування та збір даних посиланням на Великого Брата (*...the programs /.../ are not tantamount to "Big Brother" (4)*), однак таке порівняння, навіть із запереченням, здатне знизити ефективність репараційної стратегії легітимації. Послабити стратегію легітимації дій силових структур спроможне навішування ярликів (*snoopers' charter by the back door (2)*) та надмірне вживання негативної лекси-

ки на кшталт *disclosure, disclosed* у межах тактики заперечення, наприклад: *PRISM is not an undisclosed collection or data mining program* (3). Взагалі, тактика заперечення не є ефективною в плані реалізації репараційних стратегій.

Підсилити репараційну стратегію легітимації дій силових структур може тактика категоризації «зло vs добро», «чорне vs біле», «поганий vs хороший». Так, американці в публікаціях представлені як *innocent Americans* (4), *law-abiding citizens* (2), *U.S. citizens not suspected of any wrongdoing* (4) та протиставлені не лише терористам (*terrorists* (4), *would-be terrorist* (2)), а й просто іноземцям (*The program seeks foreign intelligence information concerning foreign targets* (1)), у чому маніфестується категоризація «чужі vs свої». Тактика занепокоєння наслідками також імпліцитно реалізує стратегію легітимації дій (*Disclosing information about the specific methods the government uses to collect communications can obviously give our enemies a 'playbook' of how to avoid detection* (1)).

Важливим компонентом репараційної стратегії легітимації дій силових структур є агентивність виправдовування. Так, використовуються тактики посилення на авторитети (*Director of National Intelligence James R. Clapper Jr.* (3), *Foreign Secretary William Hague* (2)), на анонімні джерела із вказівкою на їхній рівень (*U.S. intelligence official* (4), *the senior U.S. intelligence official* (4)), а також тактики генералізації (*critics* (2)) і персоніфікації (*Britain's parliamentary intelligence and security committee* (2), *UK* (4), *Britain* (2)). Зауважимо, що референт указується на початку речень (*CBS News has also reported ...*(4), *Sensenbrenner said ...* (4)), що підсилює активацію дискурсу.

Репараційна стратегія легітимації дій силових структур в аналізованих статтях реалізується на тлі мас-медійної стратегії об'єктивності викладу інформації. Так, представлення існуючих у суспільстві точок зору відбувається в правовому полі й конструктивному дусі з імплікатурою «або захист програми, або можливість внесення змін у законодавство» (*While some security-focused lawmakers defended the program, others warned that they plan to start reassessing the Patriot Act as early as this month, with the goal of potentially curbing the data collection* (4)), отже відповідність діяльності спецслужб закону взагалі не ставиться під сумнів.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження дає підстави зробити висновки, що репараційна стратегія легітимації дій силових структур постає основною в ситуаціях, які несуть загрозу сформованому позитивному іміджу цих організацій, має експліцитну реалізацію (авторський наратив, пряма мова авторитетних осіб, або посилення на авторитети) з вербальними маркерами – лексичними одиницями сфери права, і містить два компоненти (відповідність діяльності організації закону та часткову виправданість порушення закону обставинами заради вічних цінностей), які зумовлюють вербалізацію топосів апеляції до закону та звернення до вищих цінностей. Репараційна стратегія легітимації дій силових структур імпліцитно реалізується низкою часткових стратегій і тактик (на кшталт виправдовування, залякування, занепокоєння наслідками), може посилюватися стратегією мітигації, апеляції до вищих цінностей, зверненням до універсальних топосів (успішності діяльності, тероризму тощо), категоризацією «зло vs добро», «чужі vs свої». Важливим компонентом репараційної стратегії легітимації дій силових структур є агентивність виправ-

довування (посилання на авторитети, анонімні джерела із вказівкою на їхній рівень тощо). Репараційна стратегія легітимації дій силової структури маніфестується в англомовних публікаціях також за рахунок реалізації мас-медійних дискурсних стратегій компенсації, переакцентуації повідомлення, об'єктивності викладу інформації, інтертекстуальності тощо.

Оскільки визначення лінгвопрагматичних параметрів іміджевих комунікативних стратегій відбувається з урахуванням усіх рівнів поверхневих і когнітивних структур, а власне стратегії характеризуються гнучкістю і варіюванням мовних і мовленнєвих засобів їх реалізації, подальші розвідки з метою встановлення комунікативної специфіки іміджу організації та відповідних стратегій його формування та підтримки є перспективними.

Список літератури

1. Булгакова О. В. Лингвистическое моделирование имиджа в экономическом издании: на материале приложения «Бизнес» к газете «Красное знамя» : автореф. дис. на соискание учёной степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01. «Русский язык» / О. В. Булгакова. – Томск, 2009. – 21 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – [изд. 5-е]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. Киуру К. В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации: дискурсный анализ : дис. на соискание учёной степени доктора филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика (политические науки)» / К. К. Валерьевич. – СПб., 2008. – 391 с.
4. Окс С. И. Технологии формирования имиджа силовых структур / С. И. Окс // Вестник ВГУ. Серия «Филология. Журналистика». – 2010. – № 2. – С. 190–197.
5. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : [монография] / А. В. Олянич. – М. : Гнозис, 2007. – 407 с.
6. Сушненкова И. А. Лингвокогнитивное исследование регионального имиджа : дис. на соискание учёной степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / И. А. Сушненкова. – Омск, 2011. – 272 с.
7. Фролова Е. В. Коммуникативные стратегии формирования имиджа регионального лидера в электронных СМИ : автореф. дис. на соискание учёной степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01. «Русский язык» / Е. В. Фролова. – Омск, 2007 – 21 с.
8. Wilber K. Introduction to Integral Theory and Practice: IOS Basis and the AQAL Map / K. Wilber // AQAL Journal of Integral Theory and Practice. – Spring 2006. – Vol.1, No.1. – P. 1–38.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Intelligence chief defends Internet spying program // Fox news. / Режим доступу до ресурсу : <http://www.foxnews.com/politics/2013/06/09/intelligence-chief-defends-internet-spying-program/print>.
2. UK says eavesdropping is legal, defends U.S. spy links // Reuters. / Режим доступу до ресурсу : <http://reuters.com/assets/print?aid=USBRE95805S 20130609>.
3. U.S., company officials: Internet surveillance does not indiscriminately mine data // The Washington Post. / Режим доступу до ресурсу : http://articles.washingtonpost.com/2013-06-08/world/39834622_1_prism-lapper-jr-fisa-court.
4. U.S. Intelligence official: Fed's surveillance foiled 2009 NYC terror plot, amid calls to curb programs // Fox news. / Режим доступу до ресурсу : <http://www.foxnews.com/politics/2013/06/08/us-intelligence-official-feds-surveillance-foiled-2009-ny-terror-plot-amid/print>.

Лисичкина И. А. Лингвопрагматические параметры имиджевой стратегии легитимации действий американских силовых структур в англоязычном масс-медиа дискурсе / И. А. Лисичкина // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2013. – Т. 26 (65), № 4, ч. 2. – С. 279–284.

Статья посвящена выяснению лингвопрагматических параметров имиджевой стратегии легитимации действий американских силовых структур в англоязычном масс-медиа дискурсе. В рамках исследования определены компоненты, тактики и специфика реализации этой репарационной стратегии, установлены частичные стратегии и основные топосы, обращение к которым способствует усилению стратегии легитимации в англоязычных масс-медиа статьях негативной тональности и поддержанию положительного имиджа американских силовых структур.

Ключевые слова: имидж, коммуникативная стратегия, репарационная стратегия, легитимация, топос.

Lysyckina I. Lingual and pragmatic parameters of the image strategy of legitimation of american force agencies' activity in english mass-media discourse / I. Lysyckina // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2013. – Vol. 26 (65), No 4, part 2. – P. 279–284.

This article highlights lingual and pragmatic parameters of image strategy of legitimation of American force agencies' activity in English mass-media discourse. The research shows that this strategy becomes dominant in the situations when the existing positive image is under threat. The legitimation strategy has the explicit realization with certain verbal markers and includes two components: compliance of the agency's activity with law and partial justification of violation of law by circumstances for the sake of enduring values. The implicit realization is characterized by implementation of partial strategies and tactics. The analyzed strategy goes together with mass-media discourse strategies of compensation, message defocusing, impartial exposition, intertextuality etc. The research identifies the tactics and specificity of this reparation strategy realization, outlines partial strategies and key topoi, the reference to which contributes to the legitimation strategy intensification in English mass-media articles of negative mode and to support of American force agencies' positive image.

Key words: image, communicative strategy, reparation strategy, legitimation, topoi.

Поступила в редакцию 21.11.2013 г.