

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Лексические средства реализации стратегии запугивания в британском кинодискурсе (на материале документальных фильмов)

Мешкова Мария Викторовна

Студент

*Челябинский государственный университет, Факультет лингвистики, Челябинск,
Россия*

E-mail: ru-tochka@mail.ru

Одним из интереснейших направлений научных изысканий, на наш взгляд, является язык британских документальных фильмов. Для его изучения обратимся к понятию кинодискурса, в рамках которого актуальным остается изучение вопроса речевого воздействия, «поскольку использование вербальных и невербальных средств в кинодискурсе обусловлено задачей воздействия на зрителя» [3, 160].

Основу речевого воздействия составляют речевые стратегии и тактики, которые накладывают определенные ограничения на стилистическое и лексическое оформление высказывания, а также определяют выбор практических средств и приемов, используемых в процессе коммуникации [1, 55].

Рассмотрим вербальный компонент британских документальных фильмов и способы комбинирования языковых средств для того, чтобы установить особенности реализации стратегии запугивания. Ключевыми при этом становятся следующие вопросы: каковы характерные признаки речевых актов, указывающие на тип речевой стратегии? Насколько зависит выбор речевой стратегии от проблематики фильма, иначе говоря, имеются ли сходства в реализации стратегии запугивания в фильмах, которые затрагивают проблемы актуальные для современного поколения, но относятся к разным тематическим группам и ориентированы на разных реципиентов. Материалом для изучения явились два фильма «Hunting the Internet bullies» и «How much exercise do we really need». Первый поднимает проблему общения подростков в социальных сетях, обращает внимание на подверженность молодых людей влиянию недоброжелателей, и как следствие, появлению задиристости, оскорблений. Второй фильм развеивает мифы об активно пропагандируемых способах похудения - о голодании как панацее в борьбе с лишним весом и о сжигании калорий упорными тренировками.

Итак, стратегия запугивания в рассмотренных нами фильмах реализуется посредством различных вербальных средств. Маркерами речевой тактики являются особенности референции, то есть обозначение объектов, событий и действий, относящихся к коммуникативной ситуации: «poor guys, small children» в фильме «Hunting the Internet bullies» и «obsessed» в истории про похудение. Так называемая «игра на понижение» предопределяет отношение зрителя к участникам коммуникации как к жертве в первом случае и человеку, зависящему от обстоятельств – во втором.

На уровне лексической семантики ярким доказательством стратегического замысла является особый подбор слов соответствующей тематики. Существительные «suicide», «harassment», «abuse», «danger», «threat» с негативной коннотацией вселяют в зрителя ужас и панику. Прилагательные, синонимичные «scary», встречающиеся в словаре с пометой «emotional», horrible, ominous, nasty, disastrous, horrendous словно открывают зрителю глаза на то, как опасна и страшна жизнь любого из нас. Глаголы «confront»,

«struggle with», «suffer from», употребляемые в обоих фильмах, идентифицируют действия героев: сначала они противостоят проблемам, а затем непременно страдают от собственных же действий.

Фильм подчеркивает необходимость бороться с леденящей кровью действительностью, однако в то же время признает тщетность любых усилий, поскольку герои «are scared», «are offended».

Наблюдения показывают, что распространенной формой внушения сомнения является использование частиц и союзов «but», «still», «at least», которые укореняют зрителя в мысли о бесполезности действий: сколько бы ты ни старался противостоять «abuse», «bullying», «offense», ты будешь чувствовать себя «unwelcome», «unpleasant».

Стилистические параметры слов становятся индикаторами коммуникативной тактики: абсолютное стилистическое значение выражений «a bad apple», «crucial point» и типизированное коннотативное значение прилагательных «ominous comments», «nasty designing features», «abusive phrases» определяют эмоциональную окраску слов.

Лексические показатели абсолютного максимализма демонстрируют некую установку на интерпретацию событий зрителями [2, 136]. Например, в «Hunting the Online bullies» повторяются местоимения «no one» и «all of them», иллюстрирующие противопоставление. Они указывают на масштабы распространения оскорблений в сети: негативная информация как бы подчеркивает тотальное положение дел и повсеместность «abuse» и «offense». О. С. Иссерс определяет эту тактику как использование «разговорного максимализма»: либо все, либо никто.

Наиболее очевидными индикаторами стратегии запугивания являются и лексические повторы. Например, главный персонаж фильма «How much exercise do we really need» неустанно повторяет «the chair can kill», «it is literary killing millions», предупреждая зрителей об опасности. А в ситуации с оскорблениями в Сети, человек вновь марионетка, оказавшаяся во власти Интернет-интриг: «You are not in the control of a situation», – обращаются психологи к зрителю. Очевидно сходство точек зрения различных специалистов. Получается, что представители разных социальных слоев, профессий и возрастов сходятся в одном: невозможно предсказать, каковы последствия безобидных на первый взгляд комментариев и замечаний, получаемых анонимно в Интернете. По словам Т. В. Матвеевой, эту тактику можно определить как «распространение типичности до всеобщности».

Речевая тактика запугивания имеет в качестве событийной основы (диктума) будущее негативное событие, в зависимости от действий адресата изменится и его положение, состояние. Рассуждая об отрицательном влиянии таких сетей, как Formspring и Ask.fm, социолог со знанием дела говорит: «it will undermine your confidence», «you won't know who to turn to».

Итак, анализ лексической составляющей фильмов позволяет прийти к следующим выводам.

1) Ключевыми лексическими средствами для реализации стратегии запугивания являются маркеры референции, особый подбор слов соответствующей тематики и стилистической окраски.

2) Указанные средства используются в документальных фильмах разной тематики. Принципиальными тактиками являются внушение сомнения, признание безысходности ситуации и тотальности распространения проблемы.

Литература

1. Борисова, Е. Г. Особенности типов политического дискурса в России // Политический дискурс в России: Материалы рабочего совещания-семинара. – М.: Диалог-МГУ, 1998.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999.
3. Чернявская В. Е. Власть дискурса и дискурс власти. – М.: Флинта, 2006.