

НАРАТИВНИЙ КОНСТРУКТ СИТУАЦІЇ «ТОРГІВЛЯ ЛЮДЬМИ» В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

(Палійчук Е.О., Київський університет імені Бориса Грінченка)

Сучасне суспільство дедалі більше поринає у медійовану реальність, сприймаючи сконструйовані меседжі через соціальні мережі та онлайнові медіа-джерела щодо найактуальніших подій сьогодення: пандемія, вибори, зміни у політичному просторі, торгівля людьми, мультикультуралізм, толерантність, довкілля, міграція, інформаційні технології, безпека тощо. Питання про те, як такі заздалегідь сплановані меседжі формують суспільні уявлення, становлять предмет дослідження не лише у площині філологічних наук, а й набувають трансдисциплінарного масштабу, зокрема у царині прагмалінгвістики, медіалінгвістики, дискурс-аналізу.

Конструювання реальності дедалі більше набуває стислих форм, а вплив на цільову аудиторію стає більш потужним. Застосування прийомів метафоризації, сторітелінгу, символів, іконічних конструктів та засобів візуалізації постає більш дієвою стратегією впливу на масову свідомість на відміну від традиційного структурування інформації у формі фреймів, сценаріїв, схемати тощо, адже не лише логічні пропозиційні зв'язки між елементами концептуальних структур відіграють роль у формуванні усталених думок. Вплив на чуттєву сферу читача також здійснюється через емоційний компонент, що активується когнітивними конструктами.

Ситуація «торгівля людьми» є одним із глобальних викликів сьогодення, незважаючи на зусилля міжнародних організацій із забезпечення прав людини. І хоча на перший план висвітлення ЗМІ висувають більш нагальні питання, проблема залишається гострою і потребує методів боротьби на етапі попередження уразливих категорій населення про ризики потрапляння до тенет сучасної работоргівлі, пов'язані з міграцією громадян у пошуках можливостей працевлаштування, навчання, з туристичною метою тощо.

Використання ресурсів лінгвістики у протидії торгівлі людьми є одним із перспективним напрямів філологічної розвідки. Зокрема, звернення до лінгвокогнітивних механізмів впливу на масову свідомість сприяє розробленню дієвих стратегій проведення соціальних кампаній, спрямованих на підвищення рівня обізнаності чутливої категорії аудиторії.

У фокусі уваги постає наратив як певний конструкт, відтворений у медійному дискурсі. Зокрема, проаналізовано когнітивні засади використання наративних елементів в англomовних медійних текстах з питань торгівлі людьми та виокремлено основних учасників – актантів концептуальної ситуації «торгівля людьми». Такий конструкт реалізується у типовій наративній моделі, в якій спостерігається наплив на образ «жертви», присутність доцентрових відношень до актанта «жертва» та зв'язків взаємодії між іншими актантами.

Зокрема, наративний конструкт містить таку композиційну структуру:

- 1) опис вихідних умов, соціальних обставин життя жертви, часопросторовий вимір, в якому перебуває потенційна жертва до моменту потрапляння в ситуацію «торгівля людьми»;
- 2) пропозиція торговця людьми та реагування на нього потенційної жертви;
- 3) потрапляння до схеми торгівлі людьми: нелегальне транспортування та перетин кордону, втрата документів, нелегальна міграція, підроблення, шахрайство, примус, трудова і сексуальна експлуатація, тощо;
- 4) дії, що застосовують до жертви, описано великим планом, – на перший план виходять почуття жертви, та посилено репрезентацію тактильних і звукових відчуттів;
- 5) можлива втеча, історії жертв, майбутнє виглядає розмитим і незрозумілим.

Таким чином, у результаті проведеного концептуального й інтерпретативного аналізу англomовних медійних текстів з питань торгівлі людьми запропоновано наративний конструкт ситуації «торгівля людьми» та висунуто гіпотезу щодо прикладного використання наративної моделі «торгівля людьми» в соціальних кампаніях. При цьому гіпотеза щодо більш ефективного впливу медійних повідомлень із наративними елементами потребує верифікації із застосуванням емпіричних методів дослідження. Тому, подальші дослідження в цьому руслі є перспективними для установлення закономірності між застосуванням наративу та ступенем емоційного впливу на аудиторію та досягнення попереджувальної мети.

Ключові слова: наративна модель, торгівля людьми, конструкт, актанти, медійний дискурс.

Література:

- Langacker, R. W. (1987). *Foundations of Cognitive Grammar. Theoretical Prerequisites*. Stanford: Stanford University Press.
- Mills, P. (2006). *The Routledge Creative Writing Coursebook*. London and New York: Routledge.
- Paliichuk, E. (2011). *Linguistic and Conceptual Peculiarities of Human Trafficking Representation in Modern Media Discourse*. Kyiv: Kyiv Linguistic University
- Wisniewski, M. (2010). The Phenomenon of Trafficking in Human Beings: The Case of Poland. In: Wylie Gillian and McRedmond Penelope (Eds.), *Human Trafficking in Europe. Character, Causes, and Consequences*, New York: Palgrave Macmillan. 60-81.

“HumanTrafficking” NarrativeConstructinEnglishMediaDiscourse/ Наративний конструкт ситуації «торгівля людьми» в англomовному медійному дискурсі
Палійчук Еліна Олександрівна / Elina OleksandrivnaPaliichuk