

RU

## Целеполагание как психолингвистический механизм и его реализация в современном англоязычном медиадискурсе

Гуслякова А. В., Гуслякова Н. И.

**Аннотация.** Цель исследования - раскрыть специфику функционирования целеполагания как психолингвистического механизма в процессе конструирования англоязычного медиадискурса. Научная новизна исследования заключается в рассмотрении целеполагания как психолингвистического механизма, являющегося неотъемлемым, стратегически значимым компонентом функционирования англоязычного медиадискурса, определяющего вектор его дальнейшего эволюционирования. В результате доказано, что итоговый «продукт» целеформирующего события есть новые ментальные установки, поведенческие паттерны, особые эмоциональные состояния и обновленные лингвистические привычки у участников медиакommunikации, взаимодействующих с англоязычным медиадискурсивным пространством.

EN

## Goal Setting as a Psycholinguistic Mechanism and Its Implementation in the Modern English-Language Media Discourse

Guslyakova A. V., Guslyakova N. I.

**Abstract.** The purpose of the research is to provide insight into the specifics of functioning of goal setting as a psycholinguistic mechanism in the construction of the English-language media discourse. Scientific novelty of the research lies in considering goal setting as a psycholinguistic mechanism that is an integral, strategically significant component of the functioning of the English-language media discourse determining the vector of its further evolution. As a result, it has been proved that the final “product” of a goal-shaping event is implemented in new mental attitudes, behavioural patterns, special emotional states and updated linguistic habits among the participants of media communication who are actively integrated in the English-language media discourse space.

### Введение

Актуальность представленного исследования заключается в том, что две общефилософские и научные категории – механизм целеполагания и современное медиадискурсивное пространство – являются неотделимыми друг от друга компонентами, составными частями единой целой цифровой информационной системы, в которой существует сегодня современный человек медийный (*homo mediatus*) (Вартанова, 2015, с. 8-10). Одновременно в настоящую цифровую эпоху наиболее прогрессивные медиатехнологии и «девайсы» имеют тенденцию быть представленными и популяризированными не просто в глобальном медиaprостранстве, но в первую очередь в англоязычном технологическом медиамире (по ряду политических, экономических, военных, научно-инновационных и культурологических факторов), откуда их функциональный потенциал распространяется и на другие регионы планеты. То есть англоязычный медиадискурс может быть охарактеризован как допустимый технологический и информационный триггер, задающий целевые установки и вектор развития для общества третьего тысячелетия благодаря умелому использованию психолингвистического механизма целеполагания при конструировании определенного информационного контента и его последующем продвижении в медиадискурсивном пространстве.

Таким образом, нам представляется важным понять специфику феномена целеполагания как психолингвистического механизма, включенного в конструирование англоязычного медиадискурса, и проследить его потенциальную роль в формировании, представлении и продвижении информации в медиaprостранстве как англоязычных стран, так и других государственных образований планеты. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих нижеприведенных задач:

1. Дать теоретическую оценку понятию целеполагания как психолингвистического механизма.
2. Рассмотреть специфику структуры целеполагания как психолингвистического механизма, обеспечивающую процесс конструирования и реализации некоторой заданной цели в англоязычном медиадискурсе.
3. Проанализировать и оценить потенциальный и реальный воздействующий эффект целеполагания на медиааудиторию, взаимодействующую с англоязычным медиадискурсом, на вербальном и невербальном уровнях его восприятия.

Реализация вышепредставленной цели и научно-исследовательских задач становится возможной благодаря следующим взаимодополняющим методам исследования: теоретическому анализу научной литературы по сформулированной проблеме, описательному методу, дискурс-анализу, контекстному методу исследования, а также текстовому майнингу (интеллектуальному анализу набора англоязычных медиатекстов), выполненному в компьютерной программе QDA Miner.

Важно подчеркнуть, что теоретической базой исследования послужили труды следующих российских и зарубежных учёных-лингвистов, философов и психологов, концентрирующих своё внимание на изучении языка СМИ и медиaprостранства: Т. Г. Добросклонской (2020), Е. Л. Вартаковой (2015), Л. Р. Дускаевой (2019) (основы медиалингвистики и изучения языка СМИ); Д. Кристала (Crystal, 2010; 2011), Т. ван Дейка (Dijk, 2014), М. Маклюэна (2003) (рассмотрение вопросов функционирования англоязычного медиадискурсивного пространства); Н. И. Гусяковой (2006), А. Н. Леонтьева (1977), Д. А. Леонтьева (1999), С. Л. Рубинштейна (2020) (изучение механизмов сознания личности и, в частности, механизма целеполагания); В. Б. Кашкина (2000), О. С. Иссерс (2013) (рассмотрение целевых установок, стратегий и тактик при конструировании медиадискурса).

Практическая значимость настоящего научного исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы при рассмотрении возможности анализа психолингвистического механизма целеполагания в медиадискурсе иных языковых доминионов, отличных от англоязычного мира. Кроме того, полученные результаты исследования могут быть применены при разработке учебных курсов по таким академическим дисциплинам в вузе, как «Язык СМИ и Интернета», «Прагматика медиадискурса», «Англоязычный медиадискурс», «Медиалингвистика», «Основы психолингвистики».

## Основная часть

В середине прошлого века канадский культуролог, философ, филолог и литературный критик Маршалл Маклюэн (2003) подчеркнул важность изучения средств массовой информации как самостоятельного объекта исследования, влияющего на человека и общество. С его точки зрения, за последние 3500 лет существования западной цивилизации влияние средств массовой информации систематически недооценивалось исследователями социума. Спустя более полувека возросшее влияние медиадискурсивного пространства и его роль в жизнедеятельности общества побудили исследователей по-другому взглянуть на значимость рассмотрения, оценки и анализа медиадискурса и его языковых и экстралингвистических средств конструирования и популяризации в международном информационном поле.

Новый экономический вектор развития планеты, строящийся на стремительном технологическом прорыве, потребовал создания глобального медийного «рупора», транслирующего ключевые стратегически значимые вызовы современного человечества. Подобным объединяющим медиатором международной общественной, научной, политической и экономической жизни человечества третьего тысячелетия стало *de jure* и *de facto* (то есть и юридически, и фактически) англоязычное медиадискурсивное пространство, «включающее в себя печатные и электронные СМИ, социальные медиа и иные англоязычные цифровые платформы для размещения, обмена и обсуждения разнообразного информационного контента...» (Гусякова, 2021, с. 175). Этому свершившемуся факту существует несколько объяснений. Во-первых, всеми признанный статус английского языка как коммуникативного инструмента мирового сообщества; во-вторых, экономическая политика англосаксонского альянса Великобритании и США, настойчивого продвигающего свою медийную индустрию и, по сути, удерживающего контроль в большей части государственных образований планеты.

Таким образом, англоязычное медиадискурсивное пространство первой четверти XXI столетия превратилось в «важный социальный институт современного информационного общества», который одновременно становится «мощным фактором формирования мировоззрения личности и ценностных ориентаций» (Бес-толкова, 2018, с. 56) человечества в эпоху цифровизации.

Конструирование мировоззренческих и ценностных основ личности в англоязычном медиадискурсе требует постановки четких осязаемых целей, способных обеспечить взаимодействие между медиаисточником, содержащим ключевую заданную цель, и медиааудиторией, готовой реализовать её в ближайшей и отдаленной перспективе. Из этого следует, что представление информационного контента в медиaprостранстве англоязычных СМИ всегда определяется некоторыми точно заданными интенциями, замыслами, стремлениями и даже миссиями. Их число варьирует в зависимости от того, какая тема или проблема подается на повестке дня и что необходимо транслировать во внешний и внутренний миры медийной аудитории.

Именно подобным образом конструируется смысл информационного высказывания, в основе которого находится неотъемлемый психолингвистический механизм *целеполагания*. В психологическом словаре *целеполагание определяется как постановка обоснованных и практически достижимых целей, как этап любого*

осознанного процесса во времени и пространстве (Дьяченко, Кандыбович, 2001, с. 479); в деятельности человека, ориентированного на преобразование окружающего мира и себя в этом мире (Гусятникова, 2006, с. 248). Именно целеполаганию свойственно обеспечить *успешность* любой человеческой деятельности, а также эффективно преодолевать неопределенности в условиях множественности альтернатив, порождения и выбора целей независимо от их масштаба, направленности, характера, сферы и т.п. (Яковицкая, 2013).

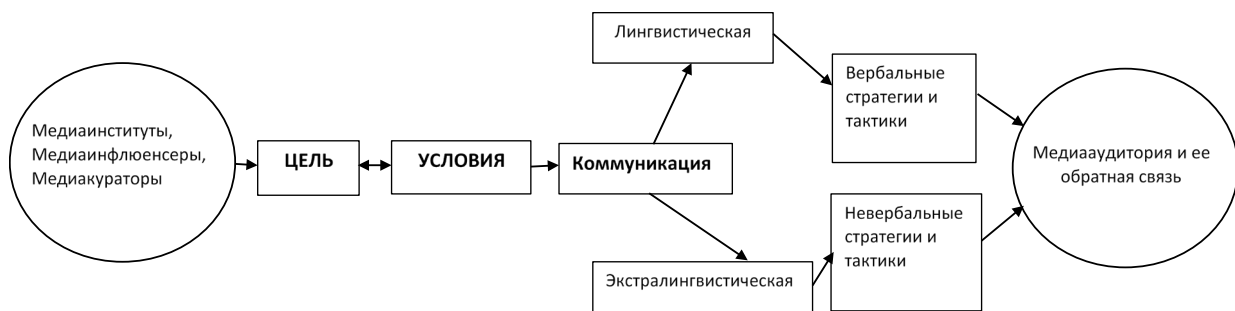
Помимо индивидуально-личностной траектории развития человека благодаря постановкам тех или иных целей, важно обратить внимание на процесс целеполагания как на механизм эволюционирования глобальных мировых процессов, всех сфер жизни общества, в том числе культурных ценностей, а также социальных ожиданий и установок (Конюхова, 2011) на уровне отдельных государственных образований и в целостном едином транснациональном пространстве.

Возвращаясь к сфере современных англоязычных медиа, заметим, что механизм целеполагания можно справедливо обозначить как стержневой компонент англоязычного медиадискурса, смысловая структура которого «отшлифована» в историческом эволюционном процессе развития печатного и цифрового информационного текста англоязычных СМИ.

Обратим внимание на то, что само понятие «целеполагание» (в английском языке “goal-setting”) в своей основе содержит лексему «цель» (goal). Более того, в английском языке существует достаточно большое количество синонимичных слов, семантически связанных с этим термином. Например, необходимо упомянуть следующие лексемы: aim (замысел), design (композиция, проектирование), dream (видение), idea (взгляд, представление, убеждение), intention (мысль, расчет), meaning (значение), object (целеустановка, движущий мотив), objective (задача), plan (программа действий), point (сигнал, суть), purpose (решительность, предназначение), target (мишень, заданное значение), thing (событие) и другие (<https://www.merriam-webster.com/thesaurus/goal>).

Анализируя смысловые структуры вышепредставленных лексических единиц, семантически связанных со словом “goal” (цель), можно сделать вывод о том, что понятие «целеполагание» способно аккумулировать в себе множественные подтексты, подчеркивающие значимость целеформирующего события на уровне носителей английского языка и культуры. Таким образом, на уровне англоязычной масс-медийной культуры роль целеполагания возрастает, подкрепляемая, с одной стороны, функциональным предназначением самих СМИ как общественного института и «механизма, приводящего в действие» (Ожегов, 1987, с. 300) жизнедеятельность социума. С другой же стороны, значимость целеполагания усиливается лингвистической составляющей в виде английского языка как языка “lingua franca”, на котором на сегодняшний день осуществляет коммуникацию 1,5 миллиарда человек ([www.statista.com](http://www.statista.com)). Принимая во внимание симбиоз языка и сознания человека, владеющего английским языком и активно взаимодействующего с англоязычным медиадискурсивным пространством, отметим важность рассмотрения феномена целеполагания как психолингвистического механизма, встраиваемого в информационное поле некоторого заданного англоязычного медиадискурса. Именно целеполагание как психолингвистический механизм способно выступить тем триггером на вербальном и экстралингвистическом коммуникативном уровнях построения медиадискурса, который способствует «реальным или мысленным преобразованиям личности, при ее взаимодействии с обществом, с миром» (Анцыферова, 1981, с. 8) и с англоязычным медиадискурсивным пространством.

На Рисунке 1 представлена структура функционирования целеполагания как психолингвистического механизма в современном англоязычном медиадискурсе. Остановимся подробнее на её смысловой интерпретации.



**Рисунок 1.** Структура целеполагания как психолингвистического механизма, реализуемая в современном англоязычном медиадискурсивном пространстве

Первый этап функционирования механизма целеполагания начинается с формулирования определенной цели некоторой медийной группой лиц или индивидуальными медиакураторами (инфлюенсерами). Выбирается заданное тематическое поле, на базе которого формулируется цель-задача (интенция, намерение, видение, программа действий и т.д.). Подчеркнем, что в англоязычном медиадискурсе понятие «цель» (goal) всегда рассматривалось и рассматривается в качестве *стратегической единицы*, определяющей концепцию построения информационной повестки в различных форматах её трансляции (посредством телевидения, радиоканалов, интернет-пространства, социальных сетей и блогов, а также мобильных мессенджеров). Этот аргумент непосредственно подтверждается медийными заголовками, повсеместно встречающимися в разнообразных публикациях англоязычных СМИ.

Например, “**Goals are great motivators. Goals provide a roadmap to success. Goals improve performance**” (Weidinger, 2021). / Цели – это отличный мотиватор, прокладывающий тропинку к успеху и улучшающий производительность труда (здесь и далее – перевод автора статьи. – А. Г.).

“How **eight goals** helped change the world. The Millennium Development Goals focused international aid efforts and galvanised people into action...” (Wade, 2015). / Восемь целей, изменивших мир. Цели развития тысячелетия сосредоточили международные усилия по оказанию помощи и побудили людей к действию...

В приведенных выше примерах наглядно продемонстрировано лексико-семантическое и морфологическое сочетание понятия «цель» с процессом движения вперед, в благополучную перспективу будущего, о чем свидетельствуют такие ключевые лексические коллокации в заголовках публикаций, как “to provide a roadmap” (предоставлять дорожную карту), “to realize goals” (добиваться целей), “to galvanise people into action” (побуждать людей к действию). Таким образом, целеформирующий компонент, заложенный в структуре англоязычного медиадискурса, непременно строится на лингвистическом описании понятий «действие», «движение», которые в итоге подразумевают некоторый конечный результат. Данный аргумент подтверждается мыслью, сформулированной известным советским психологом С. Л. Рубинштейном (2020), давшим свою оценку механизму целеполагания и вопросам постановки и реализации целей. Согласно точке зрения учёного, для достижения определенной цели «необходимы некоторые заданные условия, в которых эта цель будет осуществляться» (с. 746).

*Условие реализации* некоторой цели является следующим этапом функционирования психолингвистического механизма целеполагания в англоязычном медиадискурсе. Обратим внимание на тесную взаимосвязь между постановкой цели и условиями ее реализации. На Рисунке 1 она выражается в виде стрелки с двумя указателями, направленными в противоположные стороны, то есть от цели к условию и обратно. Речь идет о том, что условие реализации цели прежде всего определяется ее содержанием. В то же самое время нельзя не отрицать ситуации, когда наличие благоприятных и неблагоприятных условий может в определенной степени вносить коррективы в формулировку самой цели.

В рамках данного исследования под заданными условиями реализации цели понимается набор лингвистического и экстралингвистического инструментария в медиaprостранстве англоязычных СМИ, позволяющего добиваться итогового результата. Важно понимать, что информационное поле современных медиа англоязычного мира – это эффективное средство фасилитации (или усиления) коммуникативных связей между различными медиаакторами, находящимися в различных регионах планеты и владеющими английским языком как языком международного общения. Соответственно, механизм целеполагания, проходящий сквозным триггером в англоязычном медиадискурсе, обеспечивает *коммуникативный уровень* реализации цели (его третий этап), существующий наравне с уровнем управления траекторией движения в сторону успешного достижения некоторого результата. Об этом красноречиво свидетельствуют примеры, характеризующие обсуждение и формулирование глобальных целей развития человечества на планете Земля на ближайшие десятилетия XXI столетия.

В частности, обратим внимание на следующее высказывание, взятое из австралийского медиаздания «Сидней морнинг геральд» (The Sydney Morning Herald):

“But they [the MDGs] have been a **useful communication tool**. They helped bring a **consensus** around what the world should be trying to do and they helped **mobilise development** aid and political will in both **developing and developed** countries” (Wade, 2015). / Они, цели развития тысячелетия, являются полезным инструментом коммуникации. Они способствовали пониманию того, что мир должен стараться сделать и как мобилизовать ресурсы и политическую волю в целях дальнейшего развития как стран третьего мира, так и развитых государств.

Лексемы «коммуникация» (communication), «консенсус» (consensus) и «развитие» (development) логически взаимосвязаны и означают единую линию построения механизма целеполагания, ориентированного на достижение восьми целей развития тысячелетия (the MDGs), на лингвистическом уровне его имплементации. Таким образом, идея воплощения целеполагающего фактора заключается в коммуникативной составляющей, активном взаимодействии между участниками англоязычного медиадискурсивного пространства, которые должны прийти к определенному единому знаменателю при постановке некой значимой цели, чтобы запустить механизм её достижения и получения успешного результата.

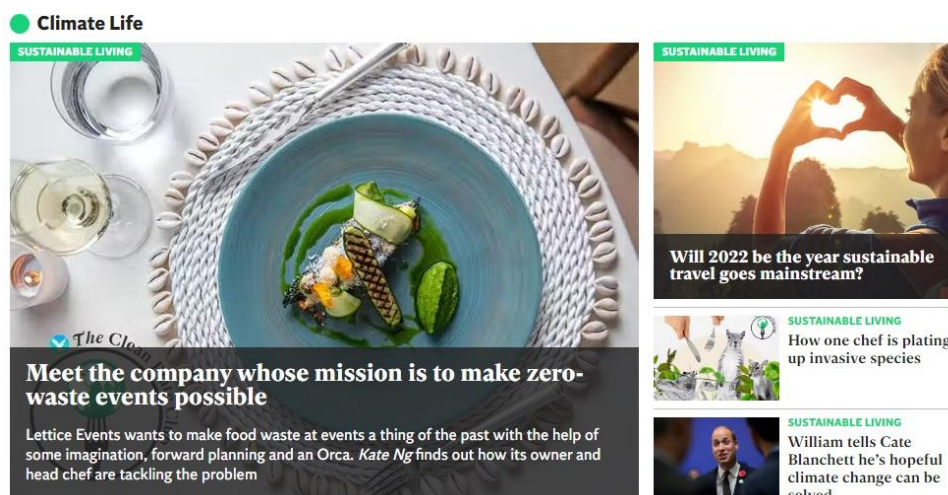
Из Рисунка 1 видно, что коммуникативная составляющая механизма целеполагания в англоязычном медиадискурсе может быть представлена двумя видами – лингвистическим и экстралингвистическим – взаимодействующих друг с другом и взаимодополняющих параметров, позволяющих четко представлять цель и разрабатывать соответствующие *стратегии и тактики* (как на вербальном, так и невербальном коммуникативном уровнях представления информации). Остановимся подробнее на смысловой интерпретации лексем *стратегия* и *тактика*, которые функционируют сообща и являются неотъемлемым компонентом механизма целеполагания.

В современном лингвистическом знании под речевой *стратегией* подразумевают «комплекс речевых действий» (Иссерс, 2013, с. 191-192); «часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия» (Кашкин, 2000, с. 235), в которой серия различных вербальных и иконических средств используется для достижения некоторой коммуникативной цели. Н. П. Формановская (1998, с. 72) считает, что стратегии, характеризующиеся гибкостью и динамикой, связаны с общим замыслом конечной цели общения, в то время как *тактики* состоят из конкретных речевых ходов, соответствующих общей стратегии. Этой же точки зрения придерживается и другой российский исследователь, Е. П. Черногрудова (2008, с. 42), рассматривающая коммуникативную тактику (в противовес стратегии как общей канве) в качестве совокупности практических ходов в реальном процессе речевого воздействия. В то же время Г. А. Копнина (2008, с. 49) характеризует

речевую тактику как такое речевое действие, которое соответствует определённому этапу в реализации той или иной стратегии. Коммуникативная тактика при её сопоставлении со стратегией является значительно более мелкой языковой и внеязыковой сущностью по сравнению с коммуникативной стратегией. Важно также ещё раз обратить внимание на тот факт, что стратегии и тактики как взаимодействующие и взаимодополняющие элементы коммуникативной природы могут быть реализованы как на лингвистическом, так и на экстралингвистическом уровнях медиакоммуникации в англоязычном медиадискурсивном пространстве.

Например, характерной внеязыковой (символьной) тактикой, направленной на достижение экологических целей в обществе, является зеленый цвет, ассоциирующийся с устойчивым развитием и эко-дружественным поведением.

В британском медиаиздании «Индепендент» (Independent) заголовки информационного контента, посвящённые экологической тематике, маркируются ярко зеленым цветом и сопровождаются фотоколлажами и фотоизображениями, подчеркивающими стратегическую значимость преобразования современного социума в более экологически поляризованном ключе на индивидуальном и коллективном уровнях сознания (см. Рисунок 2).



**Рисунок 2.** Невербальная (символьная) тактика, ориентированная на достижение трансформации человеческого поведения в более экологически устойчивом ключе, использованная британским медиаизданием «Индепендент» (Independent)(www.independent.co.uk)

В целом подчеркнем, что информационный контент современного англоязычного медиадискурсивного пространства, прошедшего «жесткий» исторический эволюционный процесс формирования, развития и совершенствования, на сегодняшнем этапе цифровой эпохи обладает богатой палитрой разнообразных стратегических и тактических приемов, которые используются для достижения заданных целей, ориентированных как на внутренний англоязычный мир, так и на внешний глобальный социум, активно взаимодействующий прямым или косвенным образом с информационным пространством англоязычных СМИ. Англоязычные медиадискурсивные стратегии и тактики, будучи неотделимым компонентом механизма целеполагания, обладают такими жизненно важными свойствами, как гибкость, определённость и точность, координированность функционирования; скорость, и ритмичность передачи мысли (особенно если речь идет о видео- и аудиосопровождении информационного контента). Они могут меняться во времени и пространстве, однако сама цель, заложенная в сердцевину механизма целеполагания, которая должна быть достигнута, остается неизменной, постоянной и стратегически значимой. Именно такой долгосрочной целью, с точки зрения англоязычного медиаиздания «The Economist» является сохранение британской монархии, которая, с одной стороны, в её современном виде доведена до абсурда (objectively ludicrous, то есть объективно смешная), но, с другой стороны, является незыблемым олицетворением английского постоянства, консерватизма, стабильности в этом постоянно меняющемся мире; способная сохранять многовековые британские традиции и напоминать о силе и могуществе некогда существовавшей Британской империи.

“By its very nature, the jubilee represents **continuity**. A 70-year reign is unprecedented for an English monarch. The queen has been through 14 prime ministers, and may meet her 15<sup>th</sup> soon enough. She has met four popes and 13 American presidents; only Lyndon Johnson did not touch her white gloves. She has been a thread running through the lives of millions of Britons, 87% of whom have known no other head of state. A hereditary monarchy is designed to survive the death of the incumbent: the queen, who is 96, is already handing over some of her duties to Prince Charles. But her personal **longevity has symbolised the constancy of the state** even when other institutions falter” (The Significance..., 2022). / По своей природе юбилей олицетворяет преемственность. 70-летнее правление монарха – это беспрецедентный случай для английской короны. Королева сменила 14 премьер-министров и скоро может назначить аудиенцию своему 15-му главе правительства Великобритании. Елизавета II встречалась с 4 папами римскими и 13 американскими президентами. Только лишь Линдон Джонсон не прикоснулся к её белым перчаткам. Она была нитью, пронизывающей жизни миллионов британцев,

87% из которых не знали другого главы государства. Наследственная монархия призвана пережить смерть действующего «сюзерена»: 96-летняя королева уже передает часть своих обязанностей принцу Чарльзу. Но её личное долголетие символизирует стабильность и постоянство государства, даже когда другие институты дают сбой и рушатся.

В отрывке, приведённом выше, хорошо представлен весь процесс действия механизма целеполагания от формулировки цели (подчеркнуть неизбежность британского монархического государственного устройства и внушить эту идею мировой общественности), выбора необходимого внешнего условия (значимое событие в жизни Великобритании, Платиновый юбилей монарха), развёртывания активного коммуникативно-го поля в англоязычном медиадискурсивном пространстве издания “The Economist” с подборкой разнообразных лингвистических и символических стратегий и тактик.

Наиболее характерными из них будут близкие по смыслу лексемы “continuity”, “longevity”, “constancy”, означающие *долголетие* и *постоянство* политического режима страны; цифровая подача новостного контента с акцентом на сопоставительный эффект информации: 70 лет правления королевы в противовес 14 британским премьер-министрам, 13 президентам США и 4 папам римским, поочередно сменяющим друг друга на своем посту.

С точки зрения невербальной символики данного медиадискурса и использования в нём вспомогательных экстралингвистических характеристик обращают на себя внимание фотоизображение государственных флагов Великобритании, органично дополняющих информационный контент, и звуковое (инклюзивное) сопровождение данной новости (см. Рисунок 3) с целью быть услышанной максимальным количеством медиаакторов, в том числе и людьми с ограниченными физическими возможностями.

## The significance of the Platinum Jubilee

The celebrations are absurd, but the queen represents continuity and consensus



Jun 2nd 2022 (Updated Jun 14th 2022)

Share

**H**ER FIRST solo engagement took place in 1942, when she inspected the Grenadier Guards at Windsor Castle. More than 21,000 ribbon-cuttings and plaque-unveilings have followed, along with 200-plus official portraits and over 300,000 congratulatory telegrams sent to centenarian subjects. From June 2nd to June 5th Britain celebrates another milestone for Queen Elizabeth II: the Platinum Jubilee, to mark her 70 years on the throne.

Listen to this story. Enjoy more audio and podcasts on [iOS](#) or [Android](#).

▶ 0:00 / 0:00

🔊 ⋮

**Рисунок 3.** Иконическая символика и инклюзивные (звуковые) возможности представления информационного контента, посвященного Платиновому юбилею королевы Елизаветы II (The Significance..., 2022)

Интеллектуальный анализ текста (текстовый майнинг), проведённый в специализированной компьютерной программе QDA Miner, позволил выделить ключевые лексемы, характеризующие положительный образ королевы Елизаветы II, а следовательно, и государства, ею возглавляемого, и сконструировать вербальное облако, символизирующее значимость Платинового юбилея для современной Великобритании (см. Рисунок 4).

## Not a Trifle Virtues The Monarchy Power

**Consensus** Constancy Duty and self-control Minds of millions  
Constitutional Strength Continuity

**Рисунок 4.** Вербальное облако, сгенерированное в результате интеллектуального анализа англоязычного медиадискурса (текстового майнинга в программе QDA Miner), посвященного Платиновому юбилею Елизаветы II (The Significance..., 2022)

Рисунок 4 наглядно демонстрирует ключевой месседж Платинового юбилея британской и мировой общности, о чём свидетельствуют ключевые понятия (например, “not a trifle” (вовсе не ерунда), “virtues” (добродетели), “the Monarchy” (монархия), “power” (сила, власть), “consensus” (единодушие) и др.), выделенные из анализируемого англоязычного медиадискурса в результате процедуры текстового майнинга. Именно благодаря представленным лексическим категориям формируется общественная целевая установка подержать государственный институт монархического правления в Великобритании, отличающегося стабильностью, ответственностью, добродетелью и конституционной силой, готовой поддерживать и защищать миллионы своих граждан во всем мире.

Следовательно, финальный (четвертый) этап функционирования целеполагания как психолингвистического механизма (обратная связь со стороны медиааудитории), его результирующая составляющая, будет проявляться в особом отношении миллиарда людей на планете не только к самой королеве Елизавете II, побившей исторический рекорд пребывания на посту главы государства, но и к Великобритании, европейскому государству со стабильной политической системой, позволяющей осуществлять долгосрочное планирование в различных аспектах жизнедеятельности общества. Этот аргумент подтверждается множеством (более 15760) положительных откликов, пожеланий и комментариев обычных людей, оставленных в англоязычном медиадискурсивном пространстве британского издания “Daily Mail”, посвященных роли Елизаветы II и монархии как политического строя в современном мире. “Thank you for your unconditional dedication to serve the people of UK and the commonwealth for past 70 years” (<https://www.dailymail.co.uk/news/article-10856707/queens-platinum-jubilee-tribute-congratulatory-messages.html>). / Спасибо за вашу безоговорочную преданность служению народу Великобритании и Содружества на протяжении последних 70 лет.

## Заключение

Обобщая всё вышесказанное, подчеркнем стратегическую значимость целеполагания как психолингвистического механизма, обеспечивающего постановку и успешную реализацию целей в индивидуально-личностной и коллективной траектории развития человека и современного общества, направленную на преобразование последних, в том числе и на лингвистическом уровне развития. Социум XXI столетия во многом определяется влиянием англоязычного медиадискурсивного пространства, активно задействующего целеполагание как психолингвистический механизм для постановки, продвижения и реализации разнообразных общественно-значимых целей. Успешное воплощение целеформирующих событий во многом определяется четырехэтапной структурой целеполагания как механизма, интегрированного в конструирование англоязычного медиадискурса. Постановка цели, поиск и подборка условия или набора условий для ее осуществления или дальнейшей корректировки подкрепляются коммуникативным инструментарием в виде сочетания вербальных и невербальных стратегий и тактик. Это, в свою очередь, позволяет зафиксировать в сознании медиааудитории подходящий психолингвистический «слепок», коррелируемый с предварительно заданной целью, способствуя ее правильному восприятию и итоговому достижению, то есть успешному формированию обратной связи со стороны участников англоязычного медиадискурса. Генерирование благоприятной обратной связи в англоязычном медиадискурсивном пространстве может быть выражено в появлении новых ментальных установок, поведенческих паттернов; в особых эмоциональных состояниях и обновленных лингвистических привычках (например, нетипичного ранее вокабуляра или специфических синтаксических конструкций в речи) у участников медиакommunikации, активно взаимодействующих с выбранным англоязычным медиадискурсом.

Размышляя о перспективах дальнейшего исследования проблемы включения целеполагания как психолингвистического механизма в медиадискурсивное пространство, обратим внимание на возможность адаптации предложенной структуры его функционирования при исследовании постановки и реализации целей в медиадискурсах других языковых доминионов и медиакультур.

## Источники | References

1. Анцыферова Л. И. О динамическом подходе к психологическому изучению личности // Психологический журнал. 1981. Т. 2. № 2.
2. Бестолкова Г. В. Средства массовой информации США как способ формирования и тиражирования образов и стереотипов латиноамериканцев // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «История, филология». 2018. Т. 17. № 6.
3. Вартанова Е. Л. «Человек медийный» как результат социального развития? // МедиаАльманах. 2015. № 5. URL: <http://mediaalmanah.ru/upload/iblock/292/Editorial%20%E2%84%96%205.15.pdf>
4. Гусякова А. В., Гусякова Н. И. Психолингвистические особенности англоязычного медиадискурса в XXI веке: функционализм и прагматизм // Вопросы современной науки: коллект. науч. монография. М.: Интернаука, 2021. Т. 68.
5. Гусякова Н. И. Психологические механизмы становления и развития профессионального сознания студентов педвуза: монография. Челябинск, 2006.
6. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М.: КДУ; Добросвет, 2020.

7. Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике: монография. М.: Флинта, 2019.
8. Дьяченко М. И., Кандыбович Л. А. Психологический словарь справочник. Мн. - М.: Харвест; АСТ, 2001.
9. Иссерс О. С. Речевое воздействие: уч. пособие. Изд-е 3-е, перераб. М.: Флинта; Наука, 2013.
10. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: уч. пособие. Воронеж, 2000.
11. Конюхова Т. В., Конюхова Е. Т. Социально-психологический контекст целеполагания субъекта // Известия Томского политехнического университета. 2011. № 6.
12. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: уч. пособие. М.: Флинта, 2008.
13. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1977.
14. Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, структура и динамика смысловой реальности. М.: Смысл, 1999.
15. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. М. - Жуковский, 2003.
16. Ожегов С. И. Словарь русского языка. М., 1987.
17. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. М.: АСТ, 2020.
18. Формановская Н. П. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М., 1998.
19. Черногрудова Е. П. Основы речевой коммуникации: уч. пособие. М.: Экзамен, 2008.
20. Яковицкая Л. С. Целеполагание как механизм самореализации личности в научно-технической деятельности // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 4. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10014>
21. Crystal D. *Evolving English: One Language, Many Voices. An Illustrated History of the English Language*. L.: British Library, 2010.
22. Crystal D. *Internet Linguistics: A Student Guide*. L.: Routledge, 2011.
23. Dijk T. A. van. *Discourse and Knowledge. A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.
24. The Significance of the Platinum Jubilee. 2022. URL: <https://www.economist.com/leaders/2022/06/02/the-significance-of-the-platinum-jubilee>
25. Wade M. How Eight Goals Helped Change the World. 2015. URL: <https://www.smh.com.au/world/how-eight-goals-helped-change-the-world-20150206-137w1c.html>
26. Weidinger S. What Are You Working toward? The Importance of Goal Setting. 2021. URL: <https://jobs.washingtonpost.com/article/what-are-you-working-toward-the-importance-of-goal-setting>

#### Информация об авторах | Author information

**RU****Гуслякова Алла Викторовна**<sup>1</sup>, к. филол. н., доц.**Гуслякова Нина Ивановна**<sup>2</sup>, д. психол. н., доц.<sup>1</sup> Московский педагогический государственный университет;

Российский университет дружбы народов, г. Москва

<sup>2</sup> Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, г. Челябинск**EN****Guslyakova Alla Victorovna**<sup>1</sup>, PhD**Guslyakova Nina Ivanovna**<sup>2</sup>, Dr<sup>1</sup> Moscow Pedagogical State University;

RUDN University, Moscow

<sup>2</sup> South Ural State Humanitarian Pedagogical University, Chelyabinsk<sup>1</sup> [aguslyakova@bk.ru](mailto:aguslyakova@bk.ru), <sup>2</sup> [guslyakovani@cspu.ru](mailto:guslyakovani@cspu.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 07.07.2022; опубликовано (published): 31.08.2022.

**Ключевые слова (keywords):** психолингвистический механизм целеполагания; англоязычный медиадискурс; коммуникация; psycholinguistic mechanism of goal setting; English-language media discourse; communication.