

**КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА ИММИГРАНТА В МЕДИАДИСКУРСЕ:
СПЕЦИФИКА ДИСКУРСИВНЫХ СТРАТЕГИЙ
(НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ *FACEBOOK* И СТАТЕЙ В
БРИТАНСКОМ ИЗДАНИИ *THE DAILY MAIL*)**

М.С. Матыцина

Липецкий государственный технический университет (Липецк, Россия)

lipmarina@gmail.com

О.Н. Прохорова

prokhorova@bsu.edu.ru

И.В. Чекулай

chekulai@bsu.edu.ru

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
(Белгород, Россия)*

В статье на материале группы *Immigrants in EU* в социальной сети *Facebook* и статей британского издания *The Daily Mail* исследуется проблема конструирования образа иммигранта. Подходя к проблеме с позиций критического дискурс-анализа (КДА), авторы утверждают, что образ иммигранта представляет собой дискурсивный конструкт, причем к основным дискурсивным стратегиям, участвующим в его дискурсивном конструировании, относятся референциальная стратегия и стратегия предикации. В результате анализа выявлены так называемые КДА-категории, лежащие в основе формирования фигуры иммигранта, иллюстрируемые конкретными примерами, а также обоснована необходимость дальнейшего изучения дискурса социальных медиа в рамках критического дискурс-анализа.

Актуальность такого исследования обусловлена ростом научного интереса к особенностям дискурсивного конструирования фигуры иммигранта в медиадискурсе, поскольку это позволяет определить дискурс как форму социальной практики, не только отражающую процессы в социуме, но и со своей стороны оказывающую на них влияние. Употребление как вербальных, так и невербальных средств в исследуемых медиатекстах выражает интенцию авторов сообщений использовать все возможные каналы коммуникации при конструировании образа иммигранта. Результаты приводят к выводу о том, что на страницах британского издания *The Daily Mail* формируется и поддерживается дихотомия «свой-чужие», в то время как участники группы *Immigrants in EU* выступают против конфликта между иммигрантами и коренными жителями.

Ключевые слова: критический дискурс-анализ, политический дискурс, иммигрант, дискурсивные стратегии, стереотипы.

1. ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе исследование политической коммуникации не теряет своей актуальности, поскольку в условиях демократического социального устройства адекватная интерпретация языком вопросов политики влияет на решение многих политических проблем. Профессиональный политический дискурс представляет собой разновидность институционального дискурса и относится к особому типу общения, основной темой и движущим мотивом которого является борьба за власть. С этих позиций профессиональный политический дискурс понимается как дискурсивная практика, которая навязывает обществу определенную систему взглядов и отношений в форме нормативного предписания со стороны определенного социального института [Dieckmann, 1981; Dijk, 1985, 1997; Fairclough & Fairclough, 2012]. Профессиональный политический дискурс характеризуется как сложное динамичное происходящее в контексте коммуникативное явление, в задачи которого входит «исследование мира, находящегося за пределами материального, проникнуть в который возможно только посредством языка» [Миньяр-Белоручева, 2015, с. 61]. Анализ профессионального политического дискурса представляется необходимым в целях исследования сложного взаимодействия дискурса и общества, которое может быть правильно истолковано только с учетом «объединения лингвистических и социологических подходов» [Водак, 2006]. Важным социальным ресурсом профессионального политического дискурса становятся средства массовой информации как продукт, созданный политическими, экономическими и культурными силами [Fowler, 1991]. Исключительная роль СМИ определяется тем, что средства массовой информации расставляют акценты на определенных фрагментах реальности, конструируют отношения, мнения и стереотипы, формируя, таким образом, восприятие людьми ситуации [Fairclough, 1989].

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Подавляющее большинство работ о рекурсивном взаимодействии дискурсивных практик и социальных процессов посвящено анализу способов создания и поддержания стереотипов в отношении разных социальных групп [Cheng, 2015; Eriksson, 2015; Kilby, Horowitz & Hylton, 2013; Mellouki, 2015; Strom, 2015; Toft, 2014], конструированию национальной идентичности [Richardson, 2013, Wodak et. al, 2013], дискурсивному воспроизводству расовых стереотипов, предубеждений и предвзятости по отношению к людям иной национальности [Baker & McEnery, 2013; Engel & Wodak, 2013; Gavins & Simpson, 2015; Malmqvist, 2015; McGlashan, 2013; Musolff, 2013]. Влияние дискурсивных практик на формирование социальной и политической реальности является одной из главных целей исследований в рамках критического дискурс-анализа (КДА). В настоящей статье предметом рассмотрения становятся особенности конструирования образа иммигранта в медиадискурсе, поскольку, несмотря на широкое распространение

исследований в рамках КДА, некоторые вопросы в области изучения специфики формирования такого дискурса в СМИ рассматриваются, на наш взгляд, односторонне.

Обобщив исследования по данной проблематике, отметим, что интересы исследователей в основном концентрируются вокруг положения иммигрантов в странах Европейского союза и развития тем, касающихся иммигрантов, в официальных средствах массовой информации. В рамках КДА-подхода к изучению СМИ принято описывать новости не как отражение реальности, а как продукт, созданный политическими, экономическими и культурными силами [Fowler, 1991]. Согласно Н. Фэрклоу, «регулярные порции «новостей», которые большинство людей получают каждый день, являются значительным фактором социального контроля, и на них приходится значительная доля средней ежедневной вовлеченности человека в формирование дискурса» (*перевод наш. – М.М. и др.*) [Fairclough, 1989, p. 50].

В русле критического анализа доступ к медиадискурсу отождествляется с доступом к власти. Важная роль массмедиа в формировании стереотипов массового сознания, а также диалектическая связь между дискурсом и социокультурной реальностью отмечается многими исследователями на протяжении уже нескольких десятилетий. Так, лингвисты, строящие свои исследования на базе КДА и близких к нему направлений, делают акцент на том, что анализ дискурсивных практик должен фокусироваться не на простом описании дискурсивных структур с точки зрения их функционирования в социальных процессах, а на объяснении и интерпретации их реализации в социально-культурном пространстве [Леденева, 2004, 2017; Malyuga & Tomalin, 2017; Fairclough et al., 2011; Wodak & Meyer, 2009; KhosraviNik, 2010].

Суммируя вышесказанное, отметим, что в фокусе внимания исследователей, как правило, находится фигура иммигранта и влияние официальных средств массовой информации на формирование стереотипов в общественном сознании к этой фигуре. СМИ представляют традиционный интерес для исследований в области КДА в связи с вполне обоснованным пониманием исключительной роли медийных дискурсов в конструировании отношений, мнений и стереотипов, формировании восприятия людьми ситуации. Однако за рамками данного анализа остается конструирование образа иммигранта не только официальными средствами массовой информации, но и с помощью социальных медиа, что и является объектом нашего рассмотрения.

Опираясь на понимание дискурса как феномена, конституирующего социальную действительность, исследователи утверждают, что реальность и действительные отношения воспроизводятся и изменяются не только с помощью массмедийного дискурса, но и с помощью виртуальных групп и социальных сетей [Харьковская, Кривченко, 2017; KhosraviNik, 2014]. С появлением и популяризацией интерактивных цифровых медиа появилась необходимость определения общих базовых понятий при проведении критических исследований, в частности, таких понятий, как аудитория, производители и потребители текста и, что наиболее важно, линейная модель коммуникации. Линейная, односторонняя модель коммуникации (one-to-many), характерная для традиционных средств массовой информации, заменяется в социальных

сетях либо моделью множественного взаимодействия (many-to-many), либо взаимодействием в диалоговом режиме, что, в определенной степени, подрывает влияние дискурса официальных СМИ на общественное сознание [KhosraviNik, 2014].

Несмотря на то, что в наши дни именно медиа-элиты обладают эксклюзивным и активным доступом и контролем над текстом, а также эксклюзивной ответственностью за манипулирование сознанием читателей, появление новых каналов коммуникации изменяет суть и направленность сообщений в современном социально-политическом порядке. Увеличение числа дискурсивных практик в сети Интернет, влияние социальных медиа на различные политические, культурные и деловые аспекты общества обуславливает высокий интерес к данному виду речевой практики со стороны ученых, работающих в рамках социально ориентированного критического подхода к коммуникации. «Новые медиа» и их социальное влияние на аудиторию требуют нового осмысления, особенно в рамках тех критических исследовательских направлений, которые связаны с понятиями дискурсивной власти, как, например, критический дискурс-анализ.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ медийного конструирования образа иммигранта выполнен с позиций критического дискурс-анализа в рамках дискурсивно-исторического подхода, предложенного Р. Водак. Дискурсивно-исторический подход ориентирован на изучение политического дискурса как формы социального взаимодействия, инструмента воспроизводства социального доминирования, позволяющего властным структурам осуществлять свое господство в обществе, создавать национальные идентичности, противопоставлять представителей социума по принципу «свои – чужие» [Wodak et al., 1999]. Сторонники данного подхода делают акцент на определение содержания дискурса, выявление его лингвистических характеристик и особенностей его реализации в диахроническом и синхроническом аспектах в различных языковых и социально-политических контекстах. Согласно Р. Водак, обязательными этапами исследования взаимосвязи и обусловленности семиотических структур дискурса социальными структурами являются: а) сбор всей имеющейся информации об исторической обстановке, в которую встроены дискурсивные «события» б) выявление и объяснение типов и жанров дискурса [Reisigl & Wodak, 2009; Wodak & Meyer, 2009]. Следовательно, на вопросы «что?» и «как?» можно ответить, исследуя лингвистическое наполнение текста, тогда как на вопрос «почему?» ответ может быть получен только после проведения контекстуального анализа, т.е. изучения связей между анализируемым текстом и социально-политическим контекстом [KhosraviNik, 2010].

При проведении детального текстового анализа, по мнению Р. Водак и М. Райзигл, необходимо учитывать следующие аналитические категории:

- референциальную стратегию, или стратегию номинации, целью которой является дифференциация социальных факторов;
- стратегию предикации, направленной на оценивание их социальных действий, а также объектов, событий, процессов с последующей категоризацией «своих» и «чужих» [Reisigl & Wodak, 2009, p. 104].

Обе стратегии направлены на выявление соотношения между факторами и их действиями и подразумевают навешивание социальным факторам более или менее позитивных или негативных ярлыков, осуждение или одобрение их действий, их негативную или позитивную стереотипизацию.

Помимо указанных стратегий, к основным дискурсивным стратегиям, согласно классификации Р. Водак и М. Райзигл, относятся:

- стратегия аргументации и аргументационных схем, основанная на определенных топосах, посредством которых социальные факторы пытаются оправдать и узаконить политическое включение или исключение, дискриминационное или преференциальное обращение;
- стратегия перспективации, с помощью которой социальный фактор или группа характеризуются с позиции говорящего/пишущего;
- стратегия интенсификации и митигации, которая модифицирует иллюкутивное воздействие высказывания с целью усиления или снижения интенсивности его побудительного заряда [Op. cit., p. 104].

Анализ дискурсивных стратегий позволяет получить ответы на следующие вопросы: намерен ли говорящий кого-то убедить, реализуя, таким образом, персуазивную коммуникацию? Или просто изложить факты и события? Или передать фактуальную информацию о каком-либо событии посредством описания поступков, состояний, характеристик, места действия и т.д.? Реализация тех или иных дискурсивных стратегий, выбор лингвистических, прагматических и риторических средств их передачи зависит от намерений и целей, преследуемых коммуникантом [Малюга, Попова, 2018; Parshutina, Popova, 2018].

Материалом для проведения настоящего исследования послужили данные группы *Immigrants in EU* социальной сети *Facebook* и фрагменты статей британского издания *The Daily Mail*. При выборе источников информации мы руководствовались следующими принципами: во-первых, группа в *Facebook* должна быть создана самими иммигрантами и насчитывать большое количество участников. Так, благодаря успешному администрированию по продвижению и налаживанию связей, группа *Immigrants in EU*, которая была создана в августе 2013 года, в настоящее время насчитывает более 4000 пользователей (на момент написания статьи). Во-вторых, анализируемое новостное издание должно быть популярным среди значительной части аудитории. В среднем издание *The Daily Mail* посещают 53 миллионов человек в месяц [Ebizmba]. В качестве источника была использована электронная версия издания (<https://www.dailymail.co.uk/home/index.html>). Следовательно, объем сведений, полученный из выбранных источников, является достаточным для всестороннего

полного понимания и объяснения конструирования фигуры иммигранта в медиадискурсе.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

В контексте данного анализа публикации сообщений интересуют нас как дискурсивные практики, представляющие собой способ конструирования образа иммигрантов в социальной сети и на страницах печатного издания. Кроме того, подход к проблеме с позиций критического дискурс-анализа предполагает апробацию его в качестве методологического инструментария для проведения анализа фактического материала не только в прессе, но и в социальных сетях.

Сегодня мало у кого вызывает сомнение тот факт, что множество семиотических характеристик дискурса, таких как, например, заголовки, темы, лексические единицы, риторические приемы и прочее зависят от такого абстрактного и общего явления, как общественные отношения. В связи с этим представляется целесообразным начать анализ медийного дискурса с исследования категорий, лежащих в основе реализации дискурсивных стратегий, используемых для конструирования образа иммигранта в новостных сообщениях британского издания и в группе социальной сети. В работе *“Fleeing, sneaking, flooding. A corpus analysis of discursive constructions of refugees and asylum seekers in the UK press, 1996-2005”* Ц. Габриелатос и П. Бакер определяют темы дискурса как важные аналитические категории критического дискурс-анализа (*CDA-informed categories*) [Gabrielatos & Baker, 2008]. Выявление тематических блоков дискурса, или КДА-категорий, позволяет понять, в рамках какой ментальной модели воспроизводится представление фигуры иммигранта.

Выбор дискурсивных стратегий и лежащих в основе их реализации категорий указывает на представление автора текста о социальной действительности, на то, какую дискурсивную практику в поддержании социального порядка и социальных изменений он пытается воссоздать для реципиента. В зависимости от темы исследования, специфики социального контекста и жанра, некоторые из дискурсивных стратегий могут оказаться более значимыми, чем другие с точки зрения их использования в конструировании дискурса. Изучение наиболее эффективных дискурсивных стратегий политической коммуникации представляет несомненный интерес по целому ряду причин. Среди них – необходимость более глубокого проникновения в сущность явления с учетом уже имеющихся в лингвистике сведений, а также потребность взглянуть на дискурсивные стратегии под новым углом зрения с целью осмысления семиотического потенциала языка политики в дискурсивном воспроизводстве определенных социальных отношений.

На наш взгляд, дискурсивные стратегии и составляющие их основу категории в обсуждениях участников групп социальных сетей вряд ли получают такое же

распространение, как на страницах печатных средств массовой информации. Так, участники социальной группы *Immigrants in EU* практически не используют стратегию аргументации, предусматривающую открыто и скрыто выраженные аргументы. Исследуемая страница имеет явный уклон в сторону защиты иммигрантов и, таким образом, является преимущественно местом объединения единомышленников, которые делятся друг с другом своим пониманием той или иной ситуации. Следовательно, аргументация выражается в виде утверждений, которые являются чем-то само собой разумеющимся, общеизвестным и широко используемым участниками группы.

Издание *The Daily Mail*, напротив, как правило, строит процесс аргументации относительно иммигрантов по следующей схеме: *утверждение* – иммиграция должна быть остановлена/замедлена; *статистические данные* – иммиграция стоит слишком больших денег; *основание* – если конкретное действие стоит слишком много денег, нужно выполнить действия, которые уменьшают затраты; *опровержение* – нет, но это обычно/очень часто; *модификатор* – это обычно так; *поддержка* – история Европейского союза показывает. В отличие от статей и блогов издания *The Daily Mail*, где авторы имеют достаточно места и времени и/или где законы жанра требуют писать более аргументировано и наглядно, политическая коммуникация группы *Immigrants in EU* требует краткого изложения информации и выражения суждений, в большинстве своем, оценочных. Жанр дискурса определяет выбор дискурсивных стратегий. Безусловно, довольно сложно, если вообще возможно, охарактеризовать жанр дискурсивных практик в сети Интернет, для которых характерны неофициальность, отдаленность в пространстве и во времени. Тем не менее неофициальный стиль дискурса в сочетании с разными видами интернет-практик, таких как одновременный просмотр нескольких страниц, мультимодальный характер общения и т.д., допускают языковую небрежность комментариев участниками группы.

В соответствии с Таблицей 1, проведенный анализ группы *Immigrants in EU* показал, что в основе реализации референциальной стратегии, используемой для представления иммигрантов, лежат следующие КДА-категории: *упоминания о правах человека* – для описания прав иммигрантов в Европейском союзе, *популистские лозунги* – для описания тревоги по поводу социального статуса, *требования остановить расизм* – для описания воспроизводства дискурсивными практиками расистских представлений об иммигрантах (здесь и далее сохранен оригинал формулировок тематики КДА-категорий).

Представление иммигрантов	Местоимения: - We, Us, I Существительные: - Immigrants - Humans - Muslim world
---------------------------	---

	<p>Упоминания о правах человека:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Free immigration is basic human right. - Every human have right to wear whatever want. - Every human have right to use every language want. - Every human have right to choose the education for his kids. - Free movement of humans is one of the 4 basic values of EU (free movement of humans-goods-capital-services). - Every human must have the right to believe and say everything, and to live every way of life want (even if this is against him), except to take away the personal freedoms of other humans. - Every human should have the right to choose the medical method who he wants. <p>Популистские лозунги:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Immigrants of the EU, unite! - Immigrants are humans too, and need to have equal rights! - Citizenship for all immigrants now! - If humans-goods-money-services don't cross borders, armies will! - Democracy is not only elections. Democracy basically is protection of human rights and personal freedoms! <p>Требования остановить расизм:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Immigrants pay taxes, need to follow the laws, but not have right to vote, and the State can throw them out whenever want. Stop islamophobia now! - Racism era finished!
--	--

Таблица 1. КДА-категории, лежащие в основе реализации референциальной стратегии, используемой для представления иммигрантов в группе Immigrants in EU социальной сети Facebook

Далее в Таблице 2 приведена КДА-категория реализации стратегии предикации в группе *Immigrants in EU*. Основу реализации стратегии предикации, участвующей в формировании образа иммигранта составляет категория *демократические свободы*,

которая указывает на политические и правовые нормы, определяющие положение иммигрантов в странах Европейского союза.

Представление иммигрантов	<p>Демократические свободы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - EU needs common immigration politic, common euro-citizenship, and common euro-documents. - EU needs immediately enlargement and to become common country. - Stability in muslim world will be only if EU accepts Turkey as full member, if opens borders to immigrants, and if stops discriminations against muslims. - Not only those who born, but every human who permanent live in one country, need to receive citizenship, in order to have equal rights. - Free movement of money? Yes. <p>Free movement of goods? Yes. Free movement of services? Yes. So, why no to free movement of humans?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Citizenship must not have relation with religion-nation-language-origin-racial. - Not exist free economy and free market, without free movement of humans. <p>Not exist democracy without equal rights. Not exist democracy without multiculturalism (accept of diversity).</p>
----------------------------------	--

Таблица 2. КДА-категории, лежащие в основе реализации стратегии предикации, используемой для представления иммигрантов в группе Immigrants in EU социальной сети Facebook

Как показано ниже в Таблице 3, проведенный анализ издания *The Daily Mail* позволил выделить следующие КДА-категории, лежащие в основе реализации референциальной стратегии формирования образа иммигранта на страницах газеты: *страна происхождения* – для обозначения стран происхождения иммигрантов; *прибытие и прием* – для обозначения процесса въезда в страну и процесса приема иммигрантов; *место проживания* – для обозначения мест проживания иммигрантов в принимающей стране. Категории, лежащие в основе реализации референциальной стратегии, приведены в Таблице 3. Установление гипо-гиперонимической связи между понятиями *immigrants* и *illegal*, употребление метафорических конструкций, например, референциальное метафорическое представление иммигрантов как неконтролируемого

потока: *waves of illegal immigrants, tides of illegal immigrants, flood of illegal immigrants* способствует появлению чувства страха у читающей аудитории.

Представление иммигрантов	<p>Существительные:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Immigrant - Migrant <p>Страна происхождения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Syrian refugees - Palestinian refugees - Iraqi refugees <p>Прибытие и прием:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enter - Come - Arrive - Cross - Trying - Stay away - Fence - More than 860 immigrants pour into Britain - Waves of illegal immigrants - Tides of illegal immigrants - Flood of illegal immigrants - Mass expulsion - Runaway immigration <p>Место проживания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mass around - Set up temporary home
----------------------------------	---

Таблица 3. КДА-категории, лежащие в основе реализации референциальной стратегии, используемой для представления иммигрантов на страницах печатного издания The Daily Mail

КДА-категории реализации стратегии предикации приведены в Таблице 4. К ним относятся: *нарушение законов* – для описания незаконных действий, совершаемых иммигрантами и конфликтов между иммигрантами и полицией/властями; *угроза* – иммигранты квалифицируются как нарушители законов, а их передвижение – как преступление; *бедственное положение* – для обозначения причин, по которым иммигранты покидают свои страны, опасности, с которыми они сталкиваются; *помощь*

— для описания оказываемой помощи иммигрантам и тематизации сочувствующей к ним позиции. Концептуализация иммигрантов как угрозы позволяет властным структурам легитимировать наиболее сложные решения, которые влекут существенные социально-экономические затраты для общества. Сравнительные отсылки к историческому прошлому, историческим урокам, сопоставление исторических событий и дат с сегодняшними событиями, напоминание читателям о величии Великобритании имплицитно утверждают о том, что иммигранты являются субъектами незаконных действий, угрозой пространству обитания, жилищу, «нашей» стране, образованию, занятости, нормам, ценностям, привычкам и языку. Анализ статей газеты *The Daily Mail*, затрагивающих тему иммиграции, свидетельствует о том, что в современной англоязычной прессе наблюдается целенаправленное применение вербальных средств, служащих средствами воспроизводства этнических стереотипов и предубеждений на уровне дискурса и реализации оппозиции «свои - чужие». Другими словами, лингвистическое наполнение дискурса тесным образом соотносится с механизмом воспроизводства отношений доминирования, представляющих собой все формы нелегитимных действий, которые отражаются, закрепляются и продуцируются с помощью языка, служащего инструментом речевого воздействия и манипуляции общественным сознанием [Fairclough et al., 2011; Wodak, 2013; Dijk, 2015].

Иммигранты	Нарушение законов: <ul style="list-style-type: none"> - Run away - Arrest - Enter illegally Угроза: <ul style="list-style-type: none"> - Steal jobs - Real terrorist threat - Destruction of the economy - Crisis - Danger - Risk - Terrorism - Chaos Бедственное положение: <ul style="list-style-type: none"> - Conflict - War - Poverty Помощь: <ul style="list-style-type: none"> - Help - Aid
-------------------	--

	- Welcome
	- Support

Таблица 4. КДА-категории, лежащие в основе реализации стратегии предикации, используемой для представления иммигрантов на страницах печатного издания The Daily Mail

При исследовании дискурса, помимо вербальных средств, следует обратить особое внимание на другие средства коммуникации, с помощью которых производятся и транслируются смысловые структуры дискурса. Дискурс как семиотический процесс реализации совокупности высказываний на определенную тему, включая отношение автора к данной теме, может быть представлен посредством не только словесных, но и визуальных элементов. Данная статья посвящена речевой реализации дискурсивных стратегий конструирования образа иммигранта, однако для получения целостной картины происходящих дискурсивных процессов в медиадискурсе необходимо также учитывать мультимодальные феномены общения. Несмотря на то, что в последнее время современными исследователями медиадискурс преимущественно рассматривается как мультимодальный дискурс, например, в области изучения коммерческой рекламы или политической коммуникации, можно утверждать, что появление современных социальных медиа и социальных сетей выдвигает анализ мультимодальности дискурса в рамках критического дискурс-анализа на первое место [Kress & Leeuwen, 2001]. Как утверждают Д. Бартон и К. Ли, «понимая язык в Интернете, мы также пытаемся понять, как различные каналы коммуникации работают вместе для формирования последовательных и значимых онлайн-текстов» (перевод наш. – М.М. и др.) [Barton & Lee, 2013, p. 28].

В настоящем исследовании группы *Immigrants in EU* на странице Facebook эти каналы коммуникации включают традиционные семиотические средства, такие как иллюстративный материал (плакаты, мемы, видео, фотографии и т.д.), аудиосредства (песни, музыка, звуковые фрагменты и т.д.), а также экстралингвистические средства, например, гиперссылки как своего рода средство реализации интертекстуальных связей, посредством которых все виды взаимодействия вербальных и невербальных компонентов могут быть объединены в единый текст. Еще одним компонентом коммуникативного процесса исследуемой группы в социальной сети является орфографический модус дискурсивной практики. Орфографическая вариативность – это общая черта онлайн-языка, которая может включать в себя использование акронимов и инициалов, сокращение слов, употребление омофонов, стилизованного написания, смайликов и того, что определяется как нетрадиционные знаки препинания, используемые для стилизации текста под устную речь [Barton & Lee, 2013, p. 5]. Анализ

комментариев на странице *Facebook* и исследование новостных сообщений печатного издания *The Daily Mail* свидетельствуют о множестве вариантов выбора типа шрифта, его размеров, транслитерации, орфографической вариативности, поликодовости, экспрессивности, которые не только отражают персональные особенности пользователей и автора статьи, но и используются для достижения преследуемых ими целей. Таким образом, роль визуального ряда в передаче информации важна как в новостном печатном медиатексте, так и в сообщениях на странице социальной сети. Все это позволяет сделать вывод о том, что вербальные и невербальные компоненты в тесной взаимосвязи представляют собой один из способов передачи искусно закодированного авторского мнения. «... «Предвзятое» описание действительности приведет к созданию сначала «необходимой» картины мира, а в конечном итоге – к «правильным» действиям индивидов как объектов дискурсивного воздействия» [Дейк, 2015, с. 10].

Участники группы *Immigrants in EU* хорошо осознают возможности использования сайтов социальных сетей для выражения своей позиции. Поскольку иммигранты озабочены сохранением своей собственной идентичности и положительной репрезентацией мировыми СМИ, они используют возможности социальных сетей для распространения информации, которую считают важной [Boyd, 2011, p. 46]. Можно предположить, что они вообще не влияют на собственную репрезентацию в традиционных медиа-дискурсах, поскольку не имеют доступа к средствам массовой информации и, следовательно, не управляют собственными репрезентациями. Несмотря на то, что иммигранты являются частой темой политического дискурса на страницах печатных изданий, эта форма пассивного доступа вряд ли контролируется самой миноритарной группой [Dijk, 1993]. Таким образом, социальные сети рассматриваются иммигрантами как пространство, которое они используют для того, чтобы бросить вызов официальному дискурсу, противостоять ему и попытаться заполнить пробелы в формировании своего положительного образа.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Безусловно, представленное исследование не охватывает весь спектр коммуникативных практик, используемых как самими иммигрантами в социальных сетях, так и авторами газетных статей на страницах печатных СМИ для их репрезентации. Результаты исследования группы *Immigrants in EU* социальной сети *Facebook* и статей британского издания *The Daily Mail* показывают, что конструирование образа иммигранта как в новостных сообщениях британского издания, так и в группе социальной сети осуществляется с помощью двух основных стратегий – референциальной стратегии и стратегии предикации. Однако, несмотря на общность дискурсивных стратегий, КДА-категории, лежащие в их основе, различны. В группе *Immigrants in EU* было выделено три категории, составляющие основу реализации референциальной стратегии (*упоминания о правах человека, популистские лозунги, требования остановить расизм*) и одна категория стратегии предикации (*демократические свободы*). Британское издание *The Daily Mail* опирается на три

категории при реализации референциальной стратегии (*страна происхождения, прибытие и прием, место проживания*) и четыре категории при реализации стратегии предикации (*нарушение законов, угроза, бедственное положение, помощь*).

Анализ лингвистического наполнения исследуемого дискурса в группе *Immigrants in EU* свидетельствует, что отстаивание своих прав, а, следовательно, собственной идентичности, имеет первостепенное значение для участников группы, определяет риторику участников, служит главным мотивирующим фактором в использовании дискурсивных ресурсов для продвижения и защиты своих прав. Как показывает данное исследование, желание иммигрантов обратить на себя внимание на знаково-символическом уровне можно объяснить стремлением противостоять официальному дискурсу, где репрезентация иммигрантов осуществляется в нужном для символических элит ракурсе. В анализируемых новостных статьях издания *The Daily Mail* обращает на себя внимание тот факт, что иммигранты изображаются как угроза европейской безопасности, что вызывает чувство страха у читающей аудитории. Имперсонализация, агрегирование иммигрантов в виде чисел и обобщенных существительных, ассоциации со стихийными природными бедствиями и социальными проблемами являются теми лингвистическими средствами, которые формируют негативный образ иммигрантов в британском издании. Помимо вербальных средств, конструирование образа иммигранта в исследуемых медиатекстах осуществляется невербальными средствами. Иллюстративный материал, аудиосредства, гиперссылки, орфографическая вариативность указывают на стремление авторов сообщений использовать все возможные каналы передачи информации для достижения поставленной коммуникативной цели.

В то время как на страницах издания *The Daily Mail* репрезентация иммигрантов вне европейского сообщества свидетельствует о намерении авторов противопоставить иммигрантов коренному населению, сформировать установки нетерпимости и противостояния «им» как «нашему» противнику, участники группы *Immigrants in EU* выступают против конфликта между иммигрантами и коренными жителями. Изображение иммигрантов в контексте европейского сообщества показывает намерение участников группы подчеркнуть их общие с европейцами черты, фокусировать внимание читателей на совокупности объединяющих признаков.

Какими бы ни были оправдания эксплицитным дискурсивным выражениям нетерпимости к социальным меньшинствам, открытое выражение национализма создает благодатную почву для роста популистских, авторитарных дискурсов, основу которых составляет уверенность в собственном превосходстве и исключительности [Wodak et al., 2013]. Все это заставляет иммигрантов противостоять их негативной репрезентации в официальном дискурсе, используя страницы социальных сетей. Стремление иммигрантов отстаивать свои права наравне с коренным населением зачастую ведет к

неповиновению властям, а, следовательно, к дальнейшему идеологическому разделению массовой аудитории на «своих» и «чужих». Из-за отсутствия у иммигрантов доступа к производству новостей и, следовательно, возможности равноправного участия в дискуссиях, иммигрантам ничего не остается, как стать активными акторами конструирования собственного образа на страницах социальных сетей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Водак Р. Взаимосвязь «дискурс-общество»: когнитивный подход к критическому дискурсу-анализу // Современная политическая лингвистика. Екатеринбург, 2006. С. 123-136.
2. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: УРСС: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2015.
3. Леденева С.Н. Методы психолингвистической оценки эффективности речевого воздействия: Автореферат дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2004.
4. Леденева С.Н. О дискурсивных свойствах рекламных текстов // Филологические науки в МГИМО. 2017. № 4(12). С. 36-42.
5. Малюга Е.Н., Попова К.В. Лингвопрагматика речевых стратегий в социальной рекламе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика 2018. № 4. С. 231-241.
6. Миньяр-Белоручева А. П. Культурно-исторический дискурс в рамках дискурса туристической индустрии // Инновационное развитие регионов в условиях глобализации. Иваново: Ивановский государственный университет, 2015. Т. 2. С. 49-53.
7. Харьковская А.А., Кривченко И.Б. Концептуальная организация дискурса социальных сетей (на материале социальной сети FACEBOOK) // Вопросы прикладной лингвистики. 2017. № 3(27). С. 60-77.
8. Baker P., Gabrielatos C., McEnery A. Discourse Analysis and Media Attitudes: The representation of Islam in the British Press. Cambridge: Cambridge University Press, 2013. DOI: 10.1017/CBO9780511920103.
9. Barton D., Lee C. Language Online: Investigating Digital Texts and Practices. London and New York: Routledge, 2013. DOI: 10.1017/s0272263114000254.
10. Boyd D. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. // Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. London: Routledge, 2011. P. 39-58. DOI: 10.4324/9780203876527
11. Cheng J. Islamophobia, Muslimophobia or racism? Parliamentary discourses on Islam and Muslims in debates on the minaret ban in Switzerland // Discourse & Society. 2015. Vol. 26(5). P. 562-586.
12. Dieckmann W. Politische Sprache, politische Kommunikation: Vortrage, Aufsätze, Entwürfe. Heidelberg: Winter, 1981.
13. Dijk T.A. van. Ideological discourse analysis // New Courant. 1985. No 4. P. 135-161.

14. Dijk T.A. van. Elite discourse and racism. Newbury Park, CA: SAGE, 1993. DOI: 10.4135/9781483326184.
15. Dijk T.A. van. Discourse as Interaction in Society // Discourse as Social Interaction. London: Sage, 1997. Vol. 2. P. 1-37.
16. Dijk T.A. van. Critical Discourse Analysis // Handbook of Discourse Analysis. Second Edition. Chichester: Wiley Blackwell, 2015. Vol. 1. P. 466-485.
17. Ebizmba. Top 15 Most Popular News Websites. Электронный ресурс <http://www.ebizmba.com/articles/news-websites> (дата обращения 05.06.2020 г.).
18. Engel J., Wodak R. Calculated Ambivalence and Holocaust Denial in Austria // Analysing Fascist Discourse: European Fascism in Talk and Text. London: Routledge, 2013. P. 73-96.
19. Eriksson G. Ridicule as a strategy for the recontextualization of the working class. A multimodal analysis of class-making on Swedish reality television // Critical Discourse Studies, 2015. Vol. 12. Issue 1. P. 20-38.
20. Fairclough N. Language and power. London; New York: Longman, 1989.
21. Fairclough N., Wodak R., Mulderrig J. Critical Discourse Analysis // Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. London: Sage, 2011. P. 357-378. DOI: 10.4135/9781446289068.n17.
22. Fairclough N., Fairclough I. Political Discourse Analysis: Methods for Advanced Students. London: Routledge, 2012.
23. Foucault M. What is an Author? // Textual Strategies: Perspectives in Post-Structuralist Criticism. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1979. P. 141-160.
24. Fowler R. Language in the news: discourse and ideology in the press. London; New York: Routledge, 1991.
25. Gabrielatos C., Baker P. Fleeing, Sneaking, Flooding: A Corpus Analysis of Discursive Constructions of Refugees and Asylum Seekers in the UK Press, 1996-2005 // Journal of English Linguistics, 2008. Vol. 36. Issue 1. P. 23. DOI: 10.1177/0075424207311247.
26. Gavins J. Regina v John Terry: The Discursive Construction of an Alleged Racist Event // Discourse & Society, 2015. Vol. 26. No 6. P. 712-732.
27. KhosraviNik M. Actor Descriptions, Action Attributions, and Argumentation: Towards a Systematization of CDA Analytical Categories in the Representation of Social Groups // Critical Discourse Studies, 2010. No 7(1). P. 55-72. DOI: 10.1080/17405900903453948.
28. KhosraviNik M. Critical Discourse Analysis, Power and New Media Discourse: Issues and Debates // Why Discourse Matters: Negotiating Identity in the Mediatized World. New York: Peter Lang, 2014. P. 287-305.

29. Kilby L., Horowitz A., Hylton P. Diversity as victim to 'realistic liberalism': analysis of an elite discourse of immigration, ethnicity and society // *Critical Discourse Studies*, 2013. Vol. 10. Issue 1. P. 47-60.
30. Kress G., Leeuwen T. van. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Hodder Arnold Publication, 2001. DOI: 10.1017/s0047404504221054.
31. Malmqvist K. Satire, racist humour and the power of (un)laughter: On the restrained nature of Swedish online racist discourse targeting EU-migrants begging for money // *Discourse & Society*, 2015. Vol. 26. No 6. P. 733-753.
32. Malyuga E.N., Tomalin B. Communicative strategies and tactics of speech manipulation in intercultural business discourse // *Training, Language and Culture*, 2017, 1(1), 28-45. DOI: 10.29366/2017tlc.1.1.2.
33. McGlashan M. The Branding of European Nationalism: perpetuation and novelty in racist symbolism // *Analysing Fascist Discourse: European Fascism in Talk and Text*. London: Routledge, 2013. P. 297-314.
34. Mellouki S. The infusion of Islam into pluralistic politics: The need to explore the Islamist identity beyond ideological boundaries – The case of the Moroccan Party of Justice and Development // *Discourse & Society*, 2015. Vol. 26(6). P. 662-681.
35. Musolff A. The heart of Europe: Synchronic variation and historical trajectories of a political metaphor // *Speaking of Europe. Approaches to complexity in European political discourse*. Amsterdam: John Benjamins, 2013. P. 135-150.
36. Parshutina G.A., Popova K.V. Strategic implementation of verbs of communication in English business discourse // *Training, Language and Culture*. 2018. № 2(3). P. 86-96. DOI: 10.29366/2018tlc.2.3.6.
37. Reisigl M., Wodak R. The discourse-historical approach // *Methods of critical discourse analysis*. London, UK: Sage, 2009. P. 87-121.
38. Richardson J., Wodak R. The Impact of Visual Racism: Visual Arguments in Political Leaflets of Austrian and British Far-Right Parties // *Critical Discourse Analysis. Applications, Interdisciplinary Perspectives and New Trends*. London: Sage, 2013. Vol. IV. P. 245-274.
39. Strom M. Intersemiotic relationships in Spanish-language media in the United States: A critical analysis of the representation of ideology across verbal and visual modes // *Discourse & Communication*. 2015. Vol. 9. P. 487-508.
40. Toft A. Contesting the deviant other: Discursive strategies for the production of homeless subjectivities // *Discourse & Society*. 2014. Vol. 25. P. 783-809.
41. Wodak R., De Cilla R., Reisigl M., Liebhart K. *The Discursive Construction of National Identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.
42. Wodak R., Meyer M. *The Discourse-Historical Approach* // *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage, 2009. P. 63-94.
43. Wodak R., KhosraviNik M., Mral B. *Right-wing Populism in Europe: Politics and Discourse*. London and New York: Bloomsbury Academics, 2013.

44. Wodak R. Dis-citizenship and migration: a critical discourse-analytical perspective // *Journal of Language, Identity and Education*. 2013. Vol. 12(3). P. 173-178.

REFERENCES

1. Baker, P., Gabrielatos, C., & McEnery, A. (2013). *Discourse analysis and media attitudes: the representation of Islam in the British press*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511920103.
2. Barton, D., & Lee, C. (2013). *Language online: investigating digital texts and practices*. London and New York: Routledge. DOI: 10.1017/s0272263114000254.
3. Boyd, D. (2011). Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, London: Routledge, 39-58. DOI: 10.4324/9780203876527.
4. Cheng, J. (2015). Islamophobia, Muslimophobia or racism? Parliamentary discourses on Islam and Muslims in debates on the minaret ban in Switzerland. *Discourse & Society*, 26(5), 562-586.
5. Dieckmann, W. (1981). *Politische Sprache, politische Kommunikation: Vorträge, Aufsätze, Entwürfe*. Heidelberg: Winter (in German).
6. Dijk, T.A. van. (1985). Ideological discourse analysis. *New Courant*, 4, 135-161.
7. Dijk, T.A. van. (1993). *Elite discourse and racism*. Newbury Park, CA: SAGE. DOI: 10.4135/9781483326184.
8. Dijk, T.A. van. (1997). Discourse as interaction in society. *Discourse as Social Interaction*, 2, 1-37.
9. Dijk, T.A. van. (2015). Critical discourse analysis. *Handbook of Discourse Analysis. Second Edition*, 1, 466-485.
10. Dijk, T.A. van. (2015). *Diskurs i vlast': reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii [Discourse and power: a representation of dominance in language and communication]*. Moscow: Knizhnyy dom "LIBROKOM" (in Russian).
11. Ebizmba. Top 15 Most popular news websites. Retrieved from <http://www.ebizmba.com/articles/news-websites> (accessed: 05 June, 2020).
12. Engel, J., & Wodak, R. (2013). Calculated ambivalence and holocaust denial in Austria. *Analysing Fascist Discourse: European Fascism in Talk and Text*, London: Routledge, 73-96.
13. Eriksson, G. (2015). Ridicule as a strategy for the recontextualization of the working class. A multimodal analysis of class-making on Swedish reality television. *Critical Discourse Studies*, 12(1), 20-38.
14. Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London; New York: Longman.
15. Fairclough, N., & Fairclough, I. (2012). *Political discourse analysis: methods for advanced students*. London: Routledge.

16. Fairclough, N., Wodak, R., & Mulderrig, J. (2011). Critical discourse analysis. *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*, London: Sage, 357-378. DOI: 10.4135/9781446289068.n17.
17. Foucault, M. (1979). What is an author? *Textual Strategies: Perspectives in Post-Structuralist Criticism*, Ithaca, NY: Cornell University Press, 141-160.
18. Fowler, R. (1991). *Language in the news: discourse and ideology in the press*. London; New York: Routledge.
19. Gabrielatos, C., & Baker, P. (2008). Fleeing, sneaking, flooding: a corpus analysis of discursive constructions of refugees and asylum seekers in the UK press, 1996-2005. *Journal of English Linguistics*, 36(1), 23. DOI: 10.1177/0075424207311247.
20. Gavins, J. (2015). Regina v John Terry: the discursive construction of an alleged racist event. *Discourse & Society*, 26(6), 712-732.
21. Kharkovskaya, A.A., & Krivchenko, I.B. (2017). Konceptual'naja organizacija diskursa social'nyh setej (na materiale social'noj seti FACEBOOK) [Conceptual organization of social network discourse (based on FACEBOOK social network)]. *Voprosy prikladnoj lingvistiki [Issues of Applied Linguistics]*, 3(27), 60-77 (in Russian).
22. KhosraviNik, M. (2010). Actor descriptions, action attributions, and Argumentation: towards a systematization of CDA analytical categories in the representation of social groups. *Critical Discourse Studies*, 7(1), 55-72. DOI: 10.1080/17405900903453948.
23. KhosraviNik, M. (2014). Critical discourse analysis, power and new media discourse: issues and debates. *Why Discourse Matters: Negotiating Identity in the Mediatized World*, New York: Peter Lang, 287-305.
24. Kilby, L., Horowitz, A., & Hylton, P. (2013). Diversity as victim to 'realistic liberalism': analysis of an elite discourse of immigration, ethnicity and society. *Critical Discourse Studies*, 10(1), 47-60.
25. Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Hodder Arnold Publication. DOI: 10.1017/s0047404504221054.
26. Ledeneva, S.N. (2004). *Metody psiholingvisticheskoy ocenki effektivnosti rechevogo vozdejstviya [Methods of psycholinguistic assessment of verbal impact efficiency] (Abstract of candidate thesis)*. Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia (in Russian).
27. Ledeneva, S.N. (2017). O diskursivnykh svojstvakh reklamnykh tekstov [Discursive features of advertisements]. *Filologicheskie nauki v MGIMO [Philology at MGIMO]*, 4(12), 36-42 (in Russian).
28. Malmqvist, K. (2015). Satire, racist humour and the power of (un)laughter: On the restrained nature of Swedish online racist discourse targeting EU-migrants begging for money. *Discourse & Society*, 26(6), 733-753.
29. Malyuga, E., & Popova, K. (2018). Lingvopragmatika rechevykh strategij v social'noj reklame [Linguo-pragmatics of speech strategies and tactics in social advertising].

- Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Serija: Lingvistika [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics]*, 4, 231-241. DOI:10.18384/2224-0209-2018-4-925 (in Russian).
30. Malyuga, E.N., & Tomalin, B. (2017). Communicative strategies and tactics of speech manipulation in intercultural business discourse. *Training, Language and Culture*, 1(1), 28-45. DOI: 10.29366/2017tlc.1.1.2.
31. McGlashan, M. (2013). The Branding of European nationalism: perpetuation and novelty in racist symbolism. *Analysing Fascist Discourse: European Fascism in Talk and Text*, London: Routledge, 297-314.
32. Mellouki, S. (2015). The infusion of Islam into pluralistic politics: The need to explore the Islamist identity beyond ideological boundaries – The case of the Moroccan Party of Justice and Development. *Discourse & Society*, 26(6), 662-681.
33. Min'yar-Beloruicheva, A.P. (2015). Kul'turno-istoricheskiy diskurs v ramkakh diskursa turisticheskoy industrii [Cultural and historical discourse as part of the tourism industry discourse]. *Innovacionnoe razvitie regionov v usloviyah globalizacii [Innovative development of regions in the context of globalization]*, 2, 49-53 (in Russian).
34. Musolff, A. (2013). The heart of Europe: synchronic variation and historical trajectories of a political metaphor. *Speaking of Europe. Approaches to complexity in European political discourse*, Amsterdam: John Benjamins, 135-150.
35. Parshutina, G.A., & Popova, K.V. (2018). Strategic implementation of verbs of communication in English business discourse. *Training, Language and Culture*, 2(3), 86-96. DOI: 10.29366/2018tlc.2.3.6.
36. Reisigl, M., & Wodak, R. (2009). The discourse-historical approach. *Methods of critical discourse analysis*, London, UK: Sage, 87-121.
37. Richardson, J., & Wodak, R. (2013). The impact of visual racism: visual arguments in political leaflets of Austrian and British far-right parties. *Critical Discourse Analysis. Applications, Interdisciplinary Perspectives and New Trends*, IV, 245-274.
38. Strom, M. (2015). Intersemiotic relationships in Spanish-language media in the United States: A critical analysis of the representation of ideology across verbal and visual modes. *Discourse & Communication*, 9, 487-508.
39. Toft, A. (2014). Contesting the deviant other: Discursive strategies for the production of homeless subjectivities. *Discourse & Society*, 25, 783-809.
40. Wodak, R. (2006). Vzaimosvjaz' "diskurs-obshchestvo": kognitivnyj podhod k kriticheskomu diskursu-analizu [The discourse-society interrelation: a cognitive approach to critical discourse analysis]. *Sovremennaja politicheskaja lingvistika [Contemporary Political Linguistics]*, Yekaterinburg, 123-136 (in Russian).

41. Wodak, R. (2013). Dis-citizenship and migration: a critical discourse-analytical perspective. *Journal of Language, Identity and Education*, 12(3), 173-178.
42. Wodak, R., De Cilla, R., Reisigl, M., & Liebhart, K. (1999). *The discursive construction of national identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
43. Wodak, R., KhosraviNik, M., & Mral, B. (2013). *Right-wing populism in Europe: politics and discourse*. London and New York: Bloomsbury Academics.
44. Wodak, R., & Meyer, M. (2009). The discourse-historical approach. *Methods of Critical Discourse Analysis*, London: Sage, 63-94.

**MEDIA CONSTRUCTION OF THE IMMIGRANT'S IMAGE:
SPECIFICS OF DISCOURSE STRATEGIES (BASED ON THE CONTENT OF A
FACEBOOK GROUP AND ARTICLES IN *THE DAILY MAIL*)**

Marina S. Matytsina

Lipetsk State Technical University (Lipetsk, Russia)

lipmarina@gmail.com

Olga N. Prokhorova

prokhorova@bsu.edu.ru

Igor V. Chekulai

chekulai@bsu.edu.ru

Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

The paper based on the content of the Facebook group *Immigrants in EU* and *The Daily Mail* publications discusses the issue of discursive construction of an immigrant image in media discourse. Using the framework of Critical Discourse Analysis (CDA), the authors claim that the image of an immigrant can be viewed as a discursive construct, and the main discursive strategies involved in its construction include the reference strategy and the prediction strategy. As a result of the analysis, the so called CDA-categories (topic blocks) underlying the formation of the immigrant figure, are identified and illustrated by the relevant examples, the need for further study of the social media discourse as part of critical discourse analysis is justified. The relevance of such study is due to the growing research interest in discursive construction of the immigrant figure in the media discourse, since it underpins the definition of discourse as a form of social practice, not only reflecting processes in the society, but also exerting a reciprocal effect on them. The use of both verbal and non-verbal means in the media texts under study reflects the intention of the authors of the messages to use all possible communication channels when constructing an immigrant's image. The results show that the dichotomy of "friends and foes" is being formed and maintained by the British newspaper *The Daily Mail*, while the members of the *Immigrants in EU* group try to mitigate the conflict between immigrants and indigenous people.

Keywords: Critical Discourse Analysis, political discourse, immigrant, discursive strategies, stereotypes

How to cite this article:

Matytsina, M.S., Prokhorova, O.N., Chekulai, I.V. (2020). Media construction of the immigrant's image: specifics of discourse strategies (based on the content of a Facebook group and articles in The Daily Mail). *Professional Discourse & Communication*, 2 (3), 23-44 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2020-2-3-23-44>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License