

ВОЛОСЕНКО І. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ЯК ОДИНИЦІ ОПISУ РЕГУЛЯТИВНОСТІ

Статтю присвячено дослідженню молодіжних інтернет-щоденників як жанру персонального дискурсу в німецькомовному медійному просторі, встановленню соціолінгвальних та лінгвокультурних особливостей комунікативної діяльності блогерів, утілених у комунікативних стратегіях і тактиках.

Ключові слова: інтернет-щоденник, німецька молодіжна мова, комунікативні стратегії і тактики.

Статья посвящена исследованию молодёжных интернет-дневников как жанра персонального дискурса в немецкоязычном медиальном пространстве, определению социолингвистических и лингвокультурных особенностей коммуникативной деятельности блогеров, воплощенных в коммуникативных стратегиях и тактиках.

Ключевые слова: интернет-дневник, немецкая молодёжная речь, коммуникативные стратегии и тактики.

This thesis is devoted to study of the internet diaries, which are considered as a type of personal discourse in the German speaking media domain, the socio-lingual and lingua-cultural features of the bloggers' communicative activities, embodied in the communication strategy and tactics, are determined.

Key words: online diary, German youth language, communicative strategies and tactics.

Актуальність дослідження визначено спрямованістю сучасних лінгвістичних розвідок на вивчення комунікативного медійного простору, процесів концептуалізації та вербалізації національно-культурного знання в мовних одиницях, інтересом до сучасних жанрових модифікацій текстів, а також регулятивного потенціалу німецької мови в молодіжних інтернет-щоденниках.

Об'єктом дослідження є молодіжні інтернет-щоденники в німецькомовному медійному просторі. **Предмет дослідження** становлять соціолінгвальні, мовно-культурні, жанрові, прагма- та паралінгвальні характеристики німецькомовних молодіжних інтернет-щоденників.

Основною метою дослідження є з'ясування соціолінгвальної та медійної природи німецькомовних інтернет-щоденників з огляду на їхню структурну, композиційну, мовно-культурну, жанрову та прагмалінгвістичну специфіку.

Основний характер регулятивності маркують поняття комунікативної стратегії і тактики (КСТ). Комунікативна стратегія є

результатом організації комунікативної поведінки блогера, яка відображає тип мислення мовця. Вони характеризують результат організації комунікативної поведінки блогера, формуючи тип мислення мовця за критерієм “мета – засіб”, що дозволяє комунікантові впроваджувати певну комунікативну стратегію [1:17].

Переважає більшість стратегій і тактик відображає намагання мовця вплинути на презентації або на зміну певних реалій. Упровадження цих стратегій і тактик нерідко характеризується жорсткою (конфліктною) комунікативною поведінкою блогерів. Так, регулятивні доміанти можуть порівнюватися за чинниками впливу, основними механізмами, типами комунікантів, а також завдяки референтній компетенції дискурсу або предмета комунікації, на який інтенційно спрямоване стратегічне мислення комуніканта.

У розумінні комунікативних стратегій як одиниць опису регулятивності ми дотримуємося концепції Т. Янко, яка визначає такі складники комунікативної стратегії автора:

- вибір глобального мовленнєвого наміру (поставити запитання, звернутися з проханням тощо);
- добір компонентів семантики речення й екстралінгвальної конситуації, які відповідають модифікаційним комунікативним значенням;
- визначення обсягу інформації, який припадає на одну тему, одну рему;
- виявлення співвідношення квантів (часток) інформації про ситуацію зі станами свідомості співрозмовників і чинником емпатії;
- визначення послідовності комунікативних складників;
- наставлення комунікативної структури на певний комунікативний режим (діалогічний), стиль (розмовний, епічний), жанр (поезія, реклама) [2:38].

Цю класифікацію складено понад 10 років, тому вважаємо за потрібне додати, як важливий складник комунікативних стратегій, процес визначення візуальної персуазивності. Сучасні блогери використовують різноманітні інформаційно-технологічні (комунікаційні) засоби впливу на віртуальну реальність. Мультимедійна експансія через сучасні інформаційні засоби – Інтернет, молодіжні форуми та інші ресурси – є також певним тактичним засобом переконання блогерів.

Так, ще у 70–80-х роках ХХ сторіччя в німецькому медійному

просторі (у теле- і радіодебатах) у стратегічному мисленні представників молодіжних субкультур переважала комунікативна раціональність із широким комплексом мовних засобів етикетизації. А останніми десятиліттями суспільні дебати характеризуються частішим удаванням мовців до комунікативних стратегій агональної і фіктивної спрямованості, які фіксують збільшення як негативно-оцінних значень, так і мові інновації у блогівій комунікації. Сфери домінування етичних і негативно-оцінних значень можемо охарактеризувати за різноманітними типами комунікативного простору. Регулятивність завжди передають комплексом мовних засобів, які відображають певний домінуючий тип лінгвістичних та психологічних операцій за інтерпретації фрагментів дійсності. Так, стратегічна поведінка блогера з альтернативної або асоціальної субкультури в медійному просторі виявляється через значно ширший комплекс сугестивних засобів, зокрема, маніпулятивних, ніж у класичних персональних блогерів.

Серед основних аспектів дослідження молодіжної мови в прагматичному аспекті на чільне місце виходять такі завдання: аналізувати використання соціальних контекстів; вивчити типові комунікативні настанови адресанта, виявити специфіку його соціалізації та ступінь інтегрування в суспільство в процесі комунікації, визначити роль його етнічної належності тощо. Розв'язання цих завдань ґрунтується на моделюванні різноманітних інтерпретаційних ресурсів, що дає нам можливість визначити КСТ як:

- мовні структури, які використовують блогери чи блогіва спільнота для досягнення комунікативної мети. Ці структури відображають стратегічне мислення мовця;

- програму комунікативних дій для досягнення комунікативної мети.

КСТ на сьогодні мають багато дефініцій. Так, Г. Почепцов визначає комунікативну стратегію як “внутрішнє” життя дискурсу, спрямоване на пошук ефективних засобів досягнення комунікативних цілей [3:293].

У сучасній лінгвістиці дослідженню комунікативних стратегій і тактик приділено чималу увагу, насамперед, з огляду на результати досліджень проблем мовленнєвих жанрів, інтерактивного спілкування за різноманітних комунікативних умов, правил упровадження стратегій етикетизації, проблем сугестивного впливу на мовців тощо

[4]. Спільним у розв'язанні цих завдань є вдавання лінгвістів до різноманітних типологій мовленнєвих актів, які розглядають як конститутивні чинники будь-яких текстів у межах сучасного дискурсивного аналізу.

КСТ у молодіжній німецькомовній блогосфері є одним із найважливіших способів регулювання мовленнєвої комунікації у сфері спілкування молоді. Вони передбачають організацію та розкриття комунікативного наміру мовця залежно від його соціального статусу та соціокультурних умов спілкування.

Більшість дефініцій комунікативних стратегій та їхніх прагмалінгвістичних характеристик спрямовано на моделювання поточних та майбутніх комунікативних ситуацій. Соціолінгвальна специфіка комунікативних стратегій і тактик у молодіжній блогосфері Німеччини полягає в тому, що вони розв'язують конкретні комунікативні завдання – репрезентацію та інтерпретацію внутрішнього й соціального світу молодої людини.

КСТ – це, по суті, елементи цільової когнітивної програми, тобто системи концептів. Дослідження цих концептів дає можливість проаналізувати тематичні, композиційні та стилістичні характеристики молодіжних інтернет-щоденників (МІЩ). Згідно з концептуальним аналізом КСТ розглядаємо як когнітивні структури, утілені в концептах. Так, комунікативні тактики репрезентації мовної особистості передбачають типову для багатьох дискурсів репрезентацію індивідуума, соціуму, гендеру, суб'єкта етноса, нації, культури. Ці тактики також характеризують природу регулятивних процесів спілкування за етичної чи маніпулятивної комунікації. Застосування концептуального аналізу КСТ спирається на процедуру опису концепту, до яких належать:

- пряма дефініція або посилання на національно-культурні джерела (наприклад, термін полінезійського походження “*Kanake*“ у німецькомовній лінгвокультурі набув значення образи для іноземців, які мешкають у Німеччині);

- етимологічний аналіз, коли вдаються до лексикографічних джерел:

- *Kolleschleppen* уживають у значенні “потрапити під арешт” (від фр. ‘*être collé*’ – нім. ‘*Arrest aufgebrummt bekommen*’);

- натепер рідкісне слово “*Kaldaunenschlucker*“ (дослівний переклад – “ковтачі нутрощів”) означає бідних студентів: у

XVIII столітті так звали студентів, які харчувалися разом із бідним людом і платили за ту їжу копійки [6].

Щоб виявити класифікаційні ознаки певного концепту, потрібно розрізнити методологічні підходи до аналізу мовної і позамовної маніфестації концептів у таких аспектах: мовному, зокрема, на лексичному, синтаксичному й семантичному рівнях; соціолінгвальному (фахове та лінгвокультурне значення концепту) [5:306].

Лінгвістичний опис концептів у медійному просторі німецькомовної молодіжної блогосфери передбачає виявлення співзалежності між концептами молодіжних субкультур та іншими концептами. Щоб унаочнити таку процедуру, розглянемо один із провідних концептів німецької молодіжної мови – *jugendszene*. Під словосполученням “молодіжне середовище” розуміють, насамперед, життєвий простір певної молодіжної групи, яка має спільні інтереси (напр., музику, стиль, вірування, ідеологічні переваги). Це поняття є синонімом терміна “молодіжна субкультура”, який виокремлює культурну діяльність молоді, різні стилі та соціальні мережі, де реалізується ця діяльність. Семантично забарвленим відповідником поняття “молодіжне середовище” є розмовний варіант – “молодіжна тусовка”. Натепер терміни “молодіжна субкультура” та “молодіжна тусовка” вживають як синоніми.

Концепт *JUGENDSZENE* є одним із провідних концептів когнітивної картини світу німецької молоді. Важливі характеристики цього концепту відображено в соціальних категоріях, з якими сполучається концепт *JUGENDSZENE*, а саме: з концептами *LUXUS*, *KITSCH*, *AUTORITÄTSLOSIGKEIT*, *MUSIK*, *FREIZEIT*, *INTERNET*, *AUTONOMIE*, *KREATIVITÄT*, *KONFLIKTFÄHIGKEIT*, *SELBSTMANAGEMENT*, *ATTRAKTIVITÄT*, *MODERNITÄT*, *AUTHENTIZITÄT*, *BERUFSORIENTIERUNG*.

У мовній картині світу концепт *JUGENDSZENE* вербалізується у формі комунікативних стратегій і тактик позитивної або негативної спрямованості. Так, КСТ репрезентації молодіжної субкультури містять мовні засоби стереотипних уявлень про молодь початку XXI століття, характеризуючи соціальну належність молодої людини, рівень її освіти та виховання. КСТ варіюють за критеріями ситуації та контексту. У молодіжній німецькомовній блогосфері концепт *JUGENDSZENE* віддзеркалює процеси переосмислення базових

цінностей суспільства, які можна подати в таких фреймах:

- МАТЕРІАЛІЗМ (MATERIALISMUS)
 - *Geld und Besitz sind genial und wichtig;*
- СОЦІАЛЬНИЙ ВУАЄРИЗМ (VOYEURISMUS)
 - *Ich mache nicht, ich sehe zu (Big Brother – Philosophie);*
- ОНЛАЙНІЗАЦІЯ (ONLINISIERUNG)
 - *Internet, Handy, Virtuelle Realität;*
- НАСОЛОДА (SPAß)
 - *Nicht die Arbeit ist der Sinn des Lebens, sondern der Spaß. Das Leben beginnt nach Feierabend. Love Parade, Events, Kicks.*
- ДУХОВНІСТЬ (SPIRITUALITÄT)
 - *Spirituelle Phase ist es aber wichtig (Esoterik, Feng Chui, Fußball, Stars).*

Різноманітні концептуальні уявлення про сучасні німецькі молодіжні субкультури є досить поширеними в текстах МІЩ. Інтерпретація концепту JUGENDSZENE завдячує, зокрема, метафорам, уживаним у контексті міжмовних і міжкультурних взаємодій. Про це свідчить використання багатьма авторами МІЩ прислів'їв з відповідною інтерпретацією образу. Німецькі блогери відстоюють ідеї автономізації свого світу щодо світу дорослих, відокремленості політики від економіки, плекають власну мову, яка дає їм відчуття звільнення від світу інших генерацій.

Концептуальний аналіз лінгвокультурної специфіки комунікативних стратегій і тактик у німецькомовній молодіжній блогосфері дає можливість зрозуміти сенс ключових концептів і описати результати семантичних змін. Дисертаційне дослідження МІЩ дало змогу проаналізувати низку молодіжних концептів і зафіксувати вплив соціальних чинників на семантичні трансформації цих концептів. Так, провідний німецькомовний молодіжний концепт JUGEND постає в досліджуваних текстах як першорядний концепт, що використовується переважно в аксіологічному ракурсі. Серед основних факторів впливу на семантичні трансформації цього концепту та споріднені концепти є такі: соціальний (POLITISCHE JUGEND), культурний (JUGEND ALS PRESTIGE) та біологічний (VERLÄNGERUNG DER JUGEND). Вплив соціального та культурного факторів на переосмислення ролі молоді пов'язано, насамперед, із піднесенням соціальної і культурної ролі молоді в німецькому суспільстві. Зазначені чинники впливають на розвиток

численних оцінних характеристик молоді. Найкращий опис цих оцінок маємо на рівні аксіологічних бінарних опозицій:

- MATERIALISMUS versus SPIRITUALITÄT;
- SOZIALER VOYEURISMUS versus SOZIALES ENGAGEMENT;
- ONLINISIERUNG versus RÜCKKEHR ZUR NATUR;
- SPAß versus VERANTWORTUNG / ERNSTHAFTIGKEIT;
- AGGRESIVITÄT versus TOLERANZ;
- NACHAHMUNG versus KREATIVITÄT.

Структуру концепту JUGEND у сучасній німецькомовній молодіжній блогосфері можна подати у формі архетипних JÜNGERSCHAFT, JUNGFRAU, JUNGGESELLE, JÜNGLINGSALTER, соціально-культурних ATTRAKTIVITÄT, AUTONOMIE, PLURALISMUS, INDIVIDUALISMUS, MATERIALISMUS, SPAß та інформаційно-технологічних DADSTER, JUGEND-ONLINE, MODERNITÄT, VIRTUALITÄT ознак, утілених на рівні відповідних комунікативних стратегій і тактик.

Кожному різновиду КСТ притаманні певні концептуальні рівні. Так, когнітивні структури, спрямовані на репрезентацію подій минулого, можна описати за допомогою архетипних та соціокультурних ознак, а комунікативні стратегії, спрямовані на створення нової віртуальної ідентичності, передати через новотвори в галузі онлайн-середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Fürst D.* Wandel der Planung im Wandel der Gesellschaft / Dietrich Fürst (Hrsg.). – Dresden : IÖR, 2000. – 116 S. 2. *Янко Т. Е.* Коммуникативные стратегии русской речи / Татьяна Евгеньевна Янко // О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – 384 с. 3. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации / Георгий Георгиевич Почепцов. – М. : Рефлбук ; К. : Ваклер, 2003. – 651 с. 4. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2008. – 288 с. 5. *Пилипенко Р. Є.* Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки) : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04 / Ростислав Євгенович Пилипенко ; Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2007. – 389 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

6. *Studenten-Lexikon.* Aus den hinterlassenen Papieren eines unglücklichen Philosophen Florido genannt / Christian Wilhelm Kindleben. – Halle, 1781. – Abgedruckt in : Bibliothek zur historischen deutschen Studenten- und Schülersprache. – 1984. – Bd. 2.