

СЕКЦІЯ 3. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: АКТОРИ І ПРОЦЕСИ

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-275-6-4>

Гордій О. М.,

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри філології та перекладу*

*Івано-Франківського національного технічного університету
нафти і газу*

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: АЛЮЗІЙНІ ФУНКЦІЇ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

Інтернет як платформа для творення нових суспільних форм та сучасних форматів комунікації сьогодні активно досліджується представниками багатьох наукових галузей. Але якщо ще два десятиліття тому ця сфера була новою, малодослідженою, а студії з Інтернет-комунікації протиставляли її традиційним жанрам як за формою, так і за змістом й постулювали віртуальну реальність на противагу конвенційним формам спілкування, то сьогодні це розмежування поступово втрачає свою актуальність. Все більше сфер суспільного життя «кочують» у всесвітню мережу, доповнюють, дублюють чи, зрештою, повністю замінюють своє офлайн-існування. Новітні формати спілкування дають поштовх численним новим тенденціям у функціонуванні мовних одиниць різних рівнів, а гігантський текстовий масив мережі та пошукові інструменти відкривають перед лінгвістами практично безмежні можливості для проведення емпіричних досліджень.

Із зародженням Інтернет-дискурсу головну увагу дослідників привертала тенденція взаємодії усного і писемного мовлення. Л.Ф.Компанцева пише про писемно-усну форму комп'ютерно-опосередкованого мовлення. В дискурсі Інтернету спостерігаються усі ознаки розмовної мови, що називаються лінгвістами: непідготовлений характер, творення в ході комунікації, велика кількість незавершених синтаксичних структур, повтори, підхоплення тощо [3, с. 175]. Ці ознаки найяскравіше виявляє власне синхронна чи квазісинхронна

Інтернет-комунікація і, відповідно, її особливості найчастіше ставали предметом досліджень [5; 6]. Значна роль при цьому відводилась також дослідженню конститутивних ознак нового формату комунікацій – анонімності, формуванню т. зв. віртуальної особистості, елементів гри та загалом креативності учасників комунікативного процесу.

Із бурхливим розвитком соціальних мереж у фокусі дослідників перебуває вивчення комунікативних тактик і стратегій членів спільноти, їхніх комунікативних ролей, архітектоніка Інтернет-груп, національно-культурні особливості комунікації в Глобальній мережі [1].

Невід’ємною рисою кожної мовної спільноти є функціонування прецедентних феноменів. Ці одиниці часто використовуються у медіа дискурсі для досягнення ефекту алюзійності, мовної гри, амбівалентності та іронічності викладу інформації, створення невимушеної атмосфери, виступають «засобом вираження постмодерністської художності» [4]. До прецедентних одиниць поряд з загальновідомими персонажами художніх творів чи фільмів, крилатими виразами, історичними фігурами та подіями зараховують й широко вживані прислів’я і приказки та інші стійкі мовні сполуки. Серед фразеологічних одиниць у першу чергу виділяють ті, що мають національно-культурне забарвлення – містять символічну складову, слова-реалії, відсилки до історичних подій тощо. Велику кількість таких одиниць зустрічаємо серед експресивних (вигуківих) стійких речень. Літературне підґрунтя, до прикладу, мають такі одиниці: *Ich verstehe die Welt nicht mehr! Nicht ärgern, nur wundern! Vor Tische las man’s anders; Da bleibt kein Auge trocken; Hast du sonst noch Schmerzen? Da liegt der Hund begraben!* Жартівлива народна пісенна творчість породила теж чимало сталих фразеологічних речень: *Da hat doch jemand / einer dran gedreht; Hoppla, jetzt komm(e) ich! Ab die Post! Hannemann, geh du voran! Mein Gott, Walther! Das verschweigt des Sängers / Dichters Höflichkeit; Verflixt und zugenäht!* Багато одиниць пов’язані з воєнними подіями та військовою сферою загалом: *Ab nach Kassel! So scharf schießen die Preußen nicht! Da ist Holland in Not Ich verstehe nur Bahnhof! Rin in die Kartoffeln, raus aus den / die Kartoffeln!*

Нашою метою було дослідження функціонування цих одиниць у різноманітних жанрових форматах Інтернет-комунікації.

Вживання фразеологічних експресивів і комунікативів в асинхронній комунікації супроводжується основними фонетико-графічними особливостями концептуально усного мовлення (редукцією

літер, клітизацією слів, ітерацією розділових знаків, використанням емотиконів) й слугує імітації спільного комунікативного простору, створенню емоційно-маркованого способу організації спілкування. Користувачі використовують ці одиниці в усіх структурних елементах форумів – власне у тексті повідомлень, у заголовках до них та в ролі нікнеймів і орджинів (електронних підписів). У вживанні емоційних заперечень, зауважень та запевнень виявляється неформальний характер спілкування на форумах, напр.: *Ich will Meier heißen, wenn je ein kroatischer Ball in unsere Tore fliegt* (коментар вболівальника під час футбольного поєдинку на *allmystery.de*). Підвищеною емоційністю відрізняються повідомлення із накопиченим вживанням фразеологічних одиниць.

На платформах запитань і відповідей (*gutefrage.net*, *kurzefrage.de*, *wer-weiss-was.de* та ін.) спостерігається зацікавленість пересічних користувачів питанням етимології досліджуваних фразеологічних одиниць. Дописувачі активно обговорюють їхнє походження та відтінки значення, питання користувачів стосуються здебільшого походження тієї чи іншої фрази, напр.: *Der Ausspruch, «Du hast doch Tomaten auf den Augen» Woher kommt er?* (*gutefrage.net*); *Woher stammt der Spruch «Da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt»? Und wie kam man auf diesen doch sehr bizzen Spruch?* (*cosmiq.de*); *Woher kommt der Spruch «Holla die Waldfee»? (de.answers.yahoo.com)*; *Woher kommt der Ausspruch «Mein lieber Scholli!»? Wer oder was ist / war denn bloß ein Scholli???* (*kurzefrage.de*). Значний інтерес користувачів до походження низки фразеологічних експресивів і комунікативів вказує на те, що носії мови відчують особливий статус цих одиниць, їхнє національно-культурне забарвлення, сприймають ці одиниці як прецедентні феномени.

На відміну від синхронної та асинхронної комунікації, однією з конститутивних ознак якої є анонімність, спілкування у соціальних мережах є відкритішим, тут передбачена значною мірою публічна діяльність користувача. Проведений у німецькомовному сегменті Фейсбук аналіз функціонування фразеологічних експресивів і комунікативів у ролі імен користувачів засвідчив, що частина користувачів прагнуть залишатися анонімними й у соціальній мережі, напр.: *Wasdu Nichtsagst*; *Frank Fragmichwasleichteres*; *Fragmichwas Leichteres*; *Achdu Meinegüte*; *Anne Ichglaubichstehimwald*; *Falsch Verbunden*; *Marie-Luise Soweitkommstnoch*; *Sei's Drum*; *Lina*

SchwammDrüber; Robin Dreimaldarfstduraten; Öftermal Wasneues. Дослідники відзначають особливий текстотвірний потенціал фразеологізмів. Г. Бургер зазначає, що деякі автори володіють технікою «розгортання» з однієї фразеологічної одиниці частин тексту чи навіть окремих завершених текстів [6, S. 90]. У соцмережі Фейсбук особливий текстотвірний потенціал фразеологічних експресивів і комунікативів виявляється в тому, що вони дають поштовх до створення спільнот та груп користувачів (переважно розважального характеру): *Das ist mir Jacke wie Hose; Ich bin dafür, dass wir dagegen sind; Der Zug ist abgefahren; Nicht schlecht, Herr Specht; Du ahnst es nicht; Ich glaub, mein Hamster bohnt; Da ist der Bär los!!! Schwamm drüber; Ach Du Grüne Neune! Was kostet die Welt?! Das berühren der Figuren mit den Pfoten ist verboten.* Це пояснюється передусім згадуваним вище афективним потенціалом цих одиниць та властивою їм функцією творення спільноти (парольною функцією).

Отже, через включення механізмів вторинної інтертекстуальної алюзії фразеологічні експресиви і комунікативи німецької мови виконують в Інтернет-комунікації парольну функцію. Завдяки поєднанню діахронної та синхронної національно-культурної специфіки семантики ці одиниці натякають на спільну емоціосферу носіїв мови, спільний фоновий гумор. Ці одиниці можна розглядати як прецедентні феномени інтенційної та емоційно-оцінної концептосфер німецької лінгвокультури, фактор, що слугує її об'єднанню.

Список використаних джерел:

1. Великорода Ю. М. Прецедентні феномени в американському медійному дискурсі (на матеріалі часописів «Time» та «Newsweek») : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Ю. М. Великорода. Львів, 2012. 17 с.
2. Данько Ю.А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації : плюси і мінуси. *Сучасне суспільство : політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки.* 2012. Вип. 2. С. 179–184.
3. Компанцева Л. Ф. Інтернет-коммуникация : когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.02 / Компанцева Лариса Феликсовна. Луганск, 2007. 503 с.
4. Burger H., Häcki Buhofer A., Sialm A. Handbuch der Phraseologie. Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 1982. 433 S.

5. Burri G. Spontanschreibung im Chat. *Linguistik online* 15. 2003. № 3.
6. Dürscheid Ch., Brommer S. Getippte Dialoge in neuen Medien. Sprachkritische Aspekte und linguistische Analyse. *Linguistik online* 37. 2009. № 1.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-275-6-5>

Денисюк Ж. З.,
доктор культурології,
доцент кафедри культурології та міжкультурних комунікацій
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

ВІЗУАЛЬНІСТЬ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА У ТРАНСФОРМУВАННІ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК СУСПІЛЬСТВА

Комунікативна активність, що стала показником технологічного поступу та загального соціокультурного розвитку суспільств, чимдалі стає визначальною у зміні культурної парадигми сучасності, де під впливом медіа-середовища формуються нові соціокультурні практики, опосередковані комунікацією. Провідне місце серед медіа-агентів належить інтернет-мережі, яка репрезентує віртуальне інформаційно-культурне середовище, що продукує власне знаково-символічне поле із особливою інтерпретативністю та полісемантичністю, де головним складником стала візуальність.

Інтернет-сервіс Web 2.0 є спільною назвою додатків, де користувач/споживач інформації є одночасно і її творцем, а головною його функцією стала інтерактивність та обмін контентом. Сьогодні «інтернет функціонує як гібрид засобів масової інформації та міжособистісних відносин» [2, р. 18].

Технологічні можливості численного копіювання та варіативності творів інтернет-середовища стали ключовими чинниками у формуванні характеру комунікації та комунікативних практик повсякденно-розважального типу. Створені візуальні картинки, графеми невдовзі укорінилися у практиці як невід'ємні частини комунікативного процесу інтернет-середовища. Власне, організація самого простору інтернет-