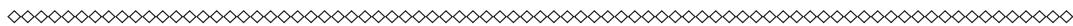


МОВОЗНАВСТВО



УДК 81.161.2

СЕРГІЙ ДАНИЛЮК

(Черкаси)

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ СТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ЕЛЕКТРОННИХ ТЕКСТІВ ІНТЕРНЕТ-ЧАТІВ

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, комунікативний хід, електронний текст, інтернет-чат.

Бурхливий розвиток засобів та видів комунікації на межі ХХ та ХХІ ст., поява комп'ютерного середовища (Всесвітньої мережі Інтернет) викликали появу нових засобів спілкування й інформації. Одним із найпопулярніших і найзручніших у користуванні інформаційних засобів є веб-сайт Всесвітньої павутини, створений на принципах гіпертексту [4, с. 93]. Кожний із таких веб-сайтів має так звану персональну сторінку. На цих персональних інтернет-сторінках з'явився і набув величезного поширення новий різновид писемного тексту – електронний текст. Таким чином, поширення Інтернету спричинило появу нових текстових об'єктів, які підлягають глибокому лінгвістичному дослідженню. До таких текстових об'єктів, власне, і належать електронні тексти.

Нині дедалі частіше з'являються наукові праці, присвячені текстам, за допомогою яких здійснюються збирання, аналіз, зберігання та передавання інформації в сучасних засобах масової комунікації, зокрема у Всесвітній мережі Інтернет [15; 10; 16; 2; 17; 7; 3; 8].

Метою статті є опис виявлених комунікативних стратегій і тактик англомовних електронних текстів інтернет-чатів. Перейдемо безпосередньо до аналізу таких комунікативних стратегій і тактик.

Електронні тексти інтернет-чатів, як і будь-які інші тексти, є фрагментами комунікації, в яких реалізовано стратегічні й тактичні завдання спілкування. Говорячи про комунікативні стратегії, ми маємо на увазі комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети. Щодо аналізованих електронних текстів, то такою комунікативною метою є встановлення, підтримка й розмикання контакту, виявлення позитивного ставлення до співрозмовника, запобігання непорозумінь, створення віртуального образу мовця тощо.

Основою реалізації комунікативних стратегій виступають комунікативні тактики, які, у свою чергу, складаються з комунікативних ходів – методів або прийомів, що окремо або в комплексі приводять до розв'язання надзавдання [9,

с. 110]. Комунікативний хід є основною одиницею дискурсу, мінімально значущим елементом, який розвиває взаємодію, просуває спілкування до досягнення комунікативних цілей [9, с. 69; 12, с. 6; 13, с. 31]. Функція щодо продовження розвитку спілкування в цілому – це головна риса комунікативного ходу. Відповідно до цього, розрізняють: 1) ініціальні; 2) континуальні; 3) підтримувальні; 4) обрамлювальні; 5) завершальні й інші комунікативні ходи [5, с. 100; 14, с. 293; 13, с. 33].

Ефективність мовленнєвих стратегій значною мірою зумовлена результатами або наслідками соціальної взаємодії, незалежно від передбачуваності таких результатів. Проте комунікативні стратегії тісно пов'язані з мотивами, що керують мовленнєвою поведінкою особи. Під час створення електронних текстів, як і при будь-якій іншій мовленнєвій діяльності, адресант ставить перед собою певну мету, яка значною мірою визначає вибір тієї чи тієї стратегії, що реалізується в тактиках через комунікативні ходи. Розрізняють два типи цілей, які відображають мотиви людської поведінки: 1) бажання бути ефективним (реалізувати інтенцію); 2) необхідність пристосуватися до ситуації [1, с. 125]. Також у лінгвістичній літературі виокремлюють два типи цілей: 1) першочергові (заради яких і планувалася комунікація); 2) другорядні, які, у свою чергу, є похідними від різних мотивів людської діяльності [1, с. 126].

Проте найважливішим критерієм, за яким люди здійснюють вибір стратегій і тактик, є їхня ефективність. Слід також зазначити, що на вибір тієї чи тієї комунікативної стратегії впливають і другорядні цілі, до яких слід віднести: 1) цілі, пов'язані із самовираженням, моральними нормами мовця, його самооцінкою; 2) цілі, пов'язані з ефективною взаємодією комунікантів; 3) цілі досягнення контролю, які визначаються бажанням мовця керувати ситуацією, уникнути негативних емоцій [11, с. 23].

Розглянемо докладніше кожний із зазначених типів цілей. Використовуючи цілі, пов'язані з моральними нормами мовця, адресант переслідує мету свого самовираження і самооцінки. Здійснюючи вибір тих чи тих лексичних одиниць, адресант прагне зосередити увагу адресата на своїй освіченості, досвідченості, рівні розвитку своєї особистості тощо. У більшості випадків ці цілі досягаються за рахунок подання інформації про рід своєї діяльності (*North ave... fulton county... Georgia State University*).

Щодо цілей, пов'язаних з ефективною взаємодією комунікантів, то вони визначаються прийнятністю, релевантністю, зв'язністю повідомлення, намаганням зробити текст легким для сприйняття й розуміння. Ці цілі досягаються за рахунок подання основної інформації про свою особистість (у випадку електронних текстів інтернет-чатів), що ми можемо простежити у таких прикладах: 19/m/Indiana; 16/f/UK; 21/male/Bama.

Щодо цілей досягнення контролю, то адресант добирає певні лексичні одиниці з метою знайти такого адресата, який зацікавиться відомостями, що подаються у тому чи тому тексті, уникаючи тим самим неефективної комунікації внаслідок звернення до помилкового адресата (наприклад: *girls from Arizona press 111; girls that need a friend press 23; anyone fro Australia???*).

Вивчення спонтанної віртуальної комунікації інтернет-чатів дозволило виокремити такі стратегії й тактики: 1) кооперативні (стратегії встановлення, підтримки й розмикання контакту, стратегії економії мовленнєвих зусиль, солідарності з адресатом, групової спільності, вияву позитивного ставлення до адресата, запобігання конфлікту й різного роду непорозумінь); 2) контактні (стратегії розвитку конфлікту й віртуального переслідування); 3) стратегії зміцнення «Я»-концепції (стратегії захисту автономної особистості та лінгвістичного створення віртуального образу мовця) [6, с. 10-15]. Охарактеризуємо докладніше зазначені типи стратегій.

Стратегія встановлення контакту представлена такими тактиками:

- тактикою пошуку співрозмовника за формулою A/S/L (*age/sex/location*)

a) *Ur_best_Friend: hello a/s/l plz*

Arabic_knighti: Hi 22/m/cairo, you?

- тактикою вітання:

a) вітання до всієї групи: *Hello room nice io cya all in yahoo*

Вітання до групи передбачає множинні зворотні реакції:

Diana_21love: hi how's everyone this fine morning?

europaman: wonderfull thank you

one_fine_day: tired

trevor2321: not 2 bad... a bit tired too

б) персональне вітання: *morning donnayoung how r u today*

Вітання, звернене до конкретної особи, передбачає ритуал ввічливості – взаємообмін вітаннями – «люб'язними запитаннями»:

Coogar: morning princess how are you?

Welshprincess26: cougar hiya, I'm good thnx, yourself?

Coogar: not bad at all! Thanks for asking princess!

- тактикою запрошення до спілкування:

a) загальною: *any1 want to chat with me?*

б) за гендерною ознакою: *any guys want to chat with a very nice girl?*

в) за віковою ознакою: *is there any1 not in school?*

г) за географічною ознакою: *morning Manchester how's tricks fellas?*

ґ) за мовною ознакою: *who's speaking French in the room?*

д) за професійною ознакою, за родом занять: *anyone in small business?*

є) комбінованою: *any married woman talk english here?*

- тактикою передачі комунікативної ініціативи:

a) *glorious210: who wants to talk?*

~Cute_Girl~: me

glorious210: the come on

glorious210: iken come on

б) *It's_me_longlegs: come on people write something interesting.*

Стратегія підтримки контакту представлена:

- тактикою звертання: *hey ppl why is noone talking?!*

- тактикою підтримки теми розмови:

im_gonna_love_my_grandson: my house is going wild

hotrodhattie: mine will be after my son sets his arse home... wild! ...lol

- тактикою перевірки каналу комунікації:

a) *ram_industriespsbn: jac are you there?*

б) *(_/J*_)Erik(_/*_) : are you talking to me Sunnie? **~Sunnie~Butt~** : no I was talking to Johnny*

Стратегія розмикання контакту представлена:

- тактикою наведення причини припинення контакту: *angel2000: I guess my chores are not done what a good day to clean windows...*

BabyBrownEyes: need 2g, going out 4 drinks, bye room

- тактикою висловлення подяки/радості/задоволення від спілкування: *Thanks for a nice chat on the WBC! See you friends*

- тактикою висловлення сподівання/впевненості в подальшому контакті: *Over & out! Hope to be back soon!*

Good-bye to all of you. Would be nice meeting you again.

Стратегія запобігання конфлікту/нерозуміння представлена:

- тактикою зовнішньої (формальної) згоди:

lil_kitten04: because it's boring I like older ppl because unlike most 15-year-olds I'm mature

Flawless: oh ok sure... mature right

- тактикою жартів:

leaky_chum_bucket: Ramstein..don't bow..it highlights your baldspot

ram_industriespsbn: leaky what bald spot the entire head is bald

- тактикою попередження, застереження:

Please be aware: this is a family Chat Site with children logging in...

Стратегія захисту автономії особистості представлена:

- тактикою відмови у приватному спілкуванні:

Darkvlad: Joe don't pm me

- тактикою нерозголошення особистої інформації: *silk_wrap: where do U live?*

adorablelady: on earth silk didn't you know that.

Слід також зазначити, що стратегії побудови комунікації залежать також від чатлайнової спільноти. Так, наприклад, для підліткових/молодіжних чатів характерні конфліктні мовленнєві взаємодії. Мовці активно застосовують стилістичний потенціал іронії і, як правило, не схильні пом'якшувати категоричність висловлювань. Підлітки прагнуть максимально піднести своє «Я», що виражається у підкресленні власної сексуальності (шляхом привабливої самопрезентації, вибору сексуально привабливого псевдоніма), у вживанні нецензурної лексики, у безпідставних (і часто беззмістовних) вербальних атаках. Типовим для молодіжних сесій є вираження невдоволення спілкуванням (*God_save_my_monkey: is extremely bored*), проявами якого є негативна оцінка ситуації в чаті (*this is an insane circus*), відверте роздратування (*so wat's up ppl? anyone really serious!?* // *so wat's going on in this room???*), звинувачення інших (*it's so boring in here... wat's you guys say has NO sense*), похвала на власну адресу (*I'm bored...no mature ppl here... just me*), уживання нецензурної лексики (*this room is full of ***** s ****).

Підбиваючи підсумок, зазначимо, що в електронних текстах інтернет-чатів, як і в будь-яких інших текстах, що виступають як фрагменти комунікації, реалізовано стратегічні й тактичні завдання спілкування. Основою реалізації комунікативних стратегій виступають комунікативні тактики. Аналіз електронних текстів інтернет-чатів дозволив визначити характерні комунікативні стратегії й тактики – кооперативні, конфліктні та стратегії зміцнення «Я»-концепції, а також найпоширеніші етикетні жанри – привертання уваги/звертання, вітання, знайомство, комплімент, запрошення, пропозиція, прохання та прощання тощо.

Серед подальших перспектив дослідження вбачається необхідність виявлення й опису комунікативних стратегій і тактик англомовних електронних текстів не лише інтернет-чатів, а й інших форм інтернет-комунікації (інтернет-форумів, електронної пошти тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гусар М. В. Лінгвістичний і комунікативно-прагматичний аспекти приватних газетних оголошень (на матеріалі сучасної британської періодики) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Гусар Мальвіна Вікторівна. – К., 2004. – 230 с.
2. Дедова О. В. Лингвистическая концепция гипертекста : основные понятия и терминологическая парадигма / О. В. Дедова // Вестник Московского университета. – 2001. – № 4. – С. 22–36. – (Серия 9 : Филология).
3. Дедова О. В. О гипертекстах : «книжных» и электронных / О. В. Дедова // Вестник Московского университета. – 2003. – № 3. – С. 106–120. – (Серия 9 : Филология).
4. Коломієць Н. В. Дискурс Інтернету як різновид дискурсу / Н. В. Коломієць // Мовні і концептуальні картини світу : збірник / Київський нац. ун-т імені Т. Шевченка. – К., 2001. – № 5. – С. 93–97.
5. Романов А. А. Системный анализ регуляторных средств диалогического общения / А. А. Романов. – М. : Изд-во Ин-та языкознан. Акад. наук СССР, 1988. – 182 с.
6. Столярова М. О. Етикет у віртуальній англомовній комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Марина Олександрівна Столярова. – К., 2005. – 17 с.
7. Туласов И. Н. Гипертекст и словообразовательный словарь / И. Н. Туласов // Текст и дискурс : традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования / Рязанский гос. пед. ун-т. – Рязань, 2002. – С. 114–118.
8. Тютенко А. А. Текст в компьютере и «компьютерный» текст / А. А. Тютенко, К. А. Прокопчук // Вісник Харківського національного університету. – Харків, 2003. – № 586 : Лінгвістичні й дидактичні проблеми іншомовної комунікації. – С. 50–56.
9. Courtland M. An Introduction to the Discourse Analysis / M. Courtland. – L. : Longman, 1977. – 212 p.
10. Davis B. H. Electronic Discourse : Linguistic Individuals in Virtual Space / B. H. Davis, J. P. Brewer. – New York : SUNY Press, 1997. – 176 p.
11. Dillard J. P. Primary and Secondary Goals in the Production of Interpersonal Influence Messages / J. P. Dillard, Ch. Sergin, J. V. Harden // Communication Monographs. – 1989. – Vol. 56. – P. 19–38.
12. Edmondson W. Spoken Discourse. A Model for Analysis / W. Edmondson. – L. : Longman, 1981. – 250 p.
13. Nielsen J. Multimedia and Hypertext : The Internet and Beyond / J. Nielsen. – Boston : Academic Press Professional, 1995. – 263 p.
14. Owen M. Apologies and Remedial Interchanges : A Study of Language Use in Social Interaction / M. Owen. – L., N. Y., Amsterdam : Mouton, 1983. – 192 p.
15. Sims B. R. Electronic Mail in Two Corporate Workplaces / B. R. Sims // Electronic

Literacies in the Workplace : Technologies of Writing / P. Sullivan, J. Dauterman. – Urbana, IL : NCTE. – 1996. – P. 41–64.

16. Tornow J. Link/age. Composing in the On-line Classroom / J. Tornow. – Logan, UT : Utah State University Press, 1997. – 156 p.

17. Yurchenko M. G. Informationstexte im Internet / M. G. Yurchenko // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К., 2001. – Вип. 6. – С. 270–273.

СЕРГЕЙ ДАНИЛЮК

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ СОЗДАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ТЕКСТОВ ИНТЕРНЕТ-ЧАТОВ

В статье рассмотрены основные коммуникативные стратегии и тактики, используемые при создании англоязычных электронных текстов интернет-чатов. Также внимание сосредоточено на целях общения, влияющих на выбор той или иной коммуникативной стратегии.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, коммуникативный ход, электронный текст, интернет-чат.

SERHIY DANYLYUK

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS OF CREATING ENGLISH ELECTRONIC TEXTS OF INTERNET CHATS

Main communicative strategies and tactics used during the creation of English electronic texts of Internet chats are reviewed in the paper. Much attention is focused on the goals of communication that influence the choice of this or that communication strategy.

Key words: communication strategy, communication tactics, communicative course, e-text, Internet chat.

Одержано 4.03.2014 р.