

Филологические науки

УДК 811

О.Д. ДРОЗДОВА, С.Д. ГРАЧЕВА
(olga4dmit@gmail.com)

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

НЕКООПЕРАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ УЧАСТНИКОВ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА (на примере публикаций из новостных интернет-сообществ)*

Статья посвящена рассмотрению сущности кооперативных и некооперативных стратегий как важной составляющей любого интернет-дискурса. Авторами рассмотрено понятие «речевой стратегии», особенности интернет-дискурса. Приведены и проанализированы примеры использования кооперативных и некооперативных стратегий при общении в Интернете.

Ключевые слова: интернет-дискурс, кооперативные стратегии, некооперативные стратегии, речевая (коммуникативная) стратегия, коммуникативные тактики.

Общение в Интернете выделяют в «особый вид дискурса», т. к. оно строится на замещении «реального образа вымышленным» [10]. Так же можно говорить об изменениях психики и менталитета человека, принимающего участие в интернет-дискурсе: «Эти изменения затрагивают познавательную, коммуникативную и личностную сферы, трансформируют операциональное (исполнительское) звено деятельности, процессы целеполагания, потребностно-мотивационную регуляцию» [2]. В силу его опосредованного характера, число участников данного вида коммуникации нельзя назвать точно, т. к. публикации в Интернете широкодоступны. Таким образом, число людей, предпочитающих «оставаться в стороне и просто наблюдать», остается неизвестным или известным лишь приблизительно. Особое внимание уделяется созданию виртуального образа через стратегию «самопрезентации», с помощью которого пользователи могут взаимодействовать друг с другом, не имея представления о собеседнике и его реальном образе. Благодаря этим особенностям интернет-пользователи приобретают один социальный статус и становятся равными в виртуальном пространстве.

Данные особенности интернет-дискурса, безусловно, оказывают влияние на выбор разнообразных речевых стратегий и тактик из-за осознания коммуникаторами их состояния анонимности и свободы слова, высказываний. Можно сказать про асертивность высказываний в интернет-пространстве: через данную способность пользователи чаще всего выставляют себя с лучшей стороны, заранее предполагая «...о возможном эффекте, который оно произведет на собеседников, и следовательно, проецирует ожидаемую реакцию с их стороны» [3, с. 30]. В статье предпринимается попытка провести границу между кооперативными и некооперативными стратегиями, выяснить, что лежит в основе их разделения, проанализировав примеры интернет-дискурсов, взятых из новостных каналов, сообществ.

Новостные сообщества (каналы), которые мы отобрали для исследования кооперативных и некооперативных стратегий, носят повседневно-информационный характер и предполагают ознакомление их подписчиков с последними событиями дня или недели: городские сообщества в социальной сети «ВКонтакте»: «Типичный Нижний Новгород», «Нижний Новгород», информативно-развлекательное сообщество «Реальный футбол».

Несмотря на особенности интернет-дискурса (отсутствие эмоционального контакта, опасность создания недостоверного контекста, виртуальность, использование специфических языковых средств и т. д. [8]), пользователи также подсознательно используют различные тактики и стратегии при ин-

* Работа выполнена под руководством Новосёловой А.Н., кандидата филологических наук, доцента кафедры судебной экспертизы ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

рации с собеседником. М.С. Рыжков при определении термина «коммуникативная стратегия» пишет о «...детерминирующем влиянии на стратегичность речевого поведения индивида таких коммуникативных действий, как “целеполагание”, “смыслообразование”, “контроль за ходом воплощения речевого замысла”, “планирование”/ “прогнозирование”...» [11, с. 29]. Так, взаимодействие пользователей в больше степени строится на определенном процессе с заранее предположенным ими исходом и результатом.

О.С. Иссерс «речевой стратегией» называет «процесс построения коммуникации, направленной на достижение долговременных результатов» [6, с. 43]. Реализация коммуникативной стратегии осуществляется путём применения коммуникативных тактик – это «речевые приемы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации» [4, с. 200], данные речевые приёмы человек выбирает в зависимости от предполагаемого исхода коммуникации. Например: в новостных блогах о звёздах шоу-бизнеса часто применяют использование тактики «обвинения» или «оправдания» для реализации стратегии «дискредитация»; в блогах о политической жизни города могут быть применены тактика «конфликта» для стратегии «угроза» или тактика «обвинения» для стратегии «самопрезентация» и т. д. [7].

Коммуникация между людьми в интернет-пространстве так же, как и обычное «живое» общение, строится на балансе использования кооперативных и некооперативных стратегий. Г.Э. Айрапетов считает, что «даже во взаимодействиях, построенных на самых дружеских взаимоотношениях, у какой-либо из сторон всегда есть определенная цель: желание играть более красивую роль и занимать “высокую позицию”» [1, с. 34]. Таким образом, несмотря на большое желание и намерение оппонентов придерживаться «максимального сотрудничества» всё равно в их взаимодействии будет присутствовать «конкуренция и поиск успеха». Анализируя любую коммуникацию между людьми, возможно проследить за их ответными реакциями на ту или иную реплику. По мнению О.С. Иссерс, неотъемлемой частью любой коммуникативной стратегии являются «приёмы вариативной интерпретации действительности», т. к. они принимают участие в оказании на адресата действий, связанных с его «эмоциями, знаниями, волей и ценностями» [6, с. 46]. Данные реакции мы будем классифицировать на кооперативные и некооперативные – как типы интеракций, являющиеся фундаментальными, т. к. они «связаны с разнонаправленностью целей и мотиваций собеседников... опираются на различные коммуникативные законы и нормы общения» [3, с. 28].

При проведении исследования мы отобрали новостные публикации и комментарии к ним, таким образом, чтобы был вызван интерес подписчиков сообщества. Авторами были использованы различные средства лексической выразительности и речевые средства для эмоционального усиления высказывания. Данные средства так или иначе провоцировали некоторых читателей на обратную реакцию – кооперативную или некооперативную. Определенные виды данных реакций проиллюстрируем следующими примерами («А» – автор публикации; П1 – подписчик № 1; П2 – подписчик № 2 и т. д.):

(1) А: И снова смотрим в прекрасное будущее – появилась концепция благоустройства земляного вала на улице Пискунова... Как вам идея? (*дополнительно к публикации прикреплены фото дизайн-проекта*).

П1: Прекрасное? Я не зарекался бы.

П2: Фантазия у дизайнера хромает.

П3: Очень мило и современно [https://vk.com/wall-31980961_2390654].

В примере (1) комментарии от П1 и П2 будут являться некооперативными, т. к. выражают прямое несогласие с автором публикации. Собеседники напрямую не оскорбляют автора, а ставят под сомнение написанное. Они используют иронию, чтобы высмеять информацию, о которой говорится в посте. При этом примером кооперативной стратегии будет являться комментарий П3. Своей репликой П3 выражает согласие и одобрение информации, предоставленной А. Иницилирующая реплика А о «прекрасном будущем» может, в свою очередь, тоже рассматриваться как ирония (вид речевой аг-

рессии, который выражается в «завуалированном выражении критического отношения к объекту осмеяния» [9, с. 10]), чтобы вызвать у подписчиков «обратные реакции» [3].

К некооперативным (конфликтным) стратегиям можно отнести прямое оскорбление, как, например, в примере (2), где П1 под своим комментарием имеет цель назвать автора безграмотным, необразованным:

(2) А: Конкуренция был крайне высокой. Тем ценнее для нас успех.

П1: Подарите автору букварь [https://vk.com/footballru?w=wall-71474813_37547079].

В примере (3) в реплике П1 также использует конфликтную стратегию. В его реплике содержится тактика «игра слов». Он намеренно искажает слово «водитель», употребив его в качестве оскорбления от слова «дятел» (по Толковому словарю русского арго, означает «дурак, тупица» [5]), тем самым показав негативную оценку, отношение к событию и имея под этим словом цель оскорбить и унижить не конкретного человека, а абстрактную группу людей:

(3) А: Ожидается сильный снег по Нижегородской области и г. Нижнему Новгороду до конца дня 11 января 2024 г., ...Ограничьте использование автотранспорта, по возможности воздержитесь от поездок. Управляя транспортным средством, соблюдайте достаточную дистанцию, максимально ограничьте скорость, исключите резкие торможения.

П1: «водятлов» и «водятьельниц» просьба не выезжать [https://vk.com/nn800?w=wall-114469067_1617274].

Ассертивные реплики, информирующие подписчиков сообщества о предстоящих или прошедших событиях, также могут включать в себя мнение самого автора, например, в примере (4):

(4) А: День «хороших новостей»... С 1 марта Борский мост будет полностью закрыт для транспорта. Ремонт моста продлится два года.

П1: Китайцы за это время пару небоскребов возвели... [https://vk.com/nn800?w=wall-114469067_1619724].

Автор для обозначения метафоричности выражения использует кавычки в словосочетании «хорошие новости». П1 использует многоточие в своей реплике, тем самым создавая эффект недосказанности, это в какой-то степени снижает уровень конфликтности высказывания, но в то же время даёт возможность остальным читателям подключиться к рассуждению на данную тему.

На основании нашего исследования, мы можем сделать следующие выводы:

1. В интернет-дискурсе, как особом виде дискурса, очень распространены некооперативные стратегии за счет его особенностей: виртуальность, ассертивность высказываний, использование специфических языковых средств, анонимность.

2. При отборе примеров для иллюстрации некооперативных стратегий чаще всего встречались такие стратегии, как использование иронии, претензии, проявление агрессии, злобы, оскорбление. Применение многоточия в репликах может быть рассмотрено и как кооперативная, так и некооперативная стратегии.

Литература

1. Айрапетов Г.Э. Интеракциональные особенности полилогического дискурса: на материале французского языка: дисс. ... канд. филол. наук. Пенза, 2001.
2. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Психологическое исследование мотивации пользователей интернета. М.: Экспосентр РОСС. С. 245–246. [Электронный ресурс]. URL: https://portalus.ru/modules/psychology/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1161791932&archive=1480161380&start_from=&ucat=& (дата обращения: 20.01.2024).
3. Быкова О.А. Кооперативные и некооперативные стратегии участников интернет-полилога (на материале французского языка) // Вестник Москов. госуниверситета лингвистич. ун-та. Гуманитарные науки. 2016. № 12(751). С. 26–35.
4. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2009.
5. Дятел // Елистратов В.С. Толковый словарь русского арго. [Электронный ресурс]. URL: https://gufo.me/dict/russian_argot/дятел (дата обращения: 20.01.2024).
6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: ОмГУ, 1999.

7. Лященко Д.И., Меликян В.Ю. Коммуникативные стратегии и тактики: понятие и виды // Научно-издательский центр «Открытое знание». [Электронный ресурс]. URL: <https://scipress.ru/philology/articles/kommunikativnye-strategii-i-taktiki-ponyatie-i-vidy.html> (дата обращения: 20.01.2024).
8. Нелюбина Е.А., Амитрова М.В., Гусарова Ю.В. Языковые особенности интернет-дискурса // Балтийский гуманитарный журнал. 2014. № 4(9). С. 21–23.
9. Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. 6-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2022.
10. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: Коммуникативное поведение. М.: Флинта: Наука, 2007.
11. Рыжков М.С. Речевые стратегии участников синхронного интернет-дискурса на материале русско- и англоязычных чатов: дисс. ... канд. филол. наук. Елец, 2010.

OLESYA DROZDOVA, SVETLANA GRACHEVA

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

**NONCOOPERATIVE STRATEGIES OF PARTICIPANTS OF THE INTERNET DISCOURSE
(at the example of the publications of the news internet communities)**

The essence of cooperative and noncooperative strategies as an important component of Internet-discourse is considered. The authors describe the concept “speech strategy” and the peculiarities of Internet discourse. The examples of use of cooperative and noncooperative strategies during the communication in the Internet are given and analysed.

Key words: Internet-discourse, cooperative strategies, noncooperative strategies, speech (communicative) strategy, communicative tactics.