

**ФИЛОЛОГИЯ. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И
СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА
PHILOLOGY. THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE
LINGUISTICS**

Научная статья
УДК 811.111

Филологические науки
<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2024.7.1.29-38>

**БАЗОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ
НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО БЛОГЕРА И СПОСОБЫ ИХ ВЫРАЖЕНИЯ**
А.А. Авилова

Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия
avilova97@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0001-2912-3093>

Аннотация. Проанализирован феномен коммуникативного поведения как предмета многочисленных лингвистических исследований. Определена актуальность виртуальной коммуникации в современном социуме. Рассмотрены понятия блога, блогера и языковой личности. Даны определения коммуникативной стратегии и тактики и представлена их соотнесенность друг с другом. Установлен ряд часто используемых блогером коммуникативных тактик в блогах дневникового типа. Описаны следующие тактики: самопрезентация, контроль над темой и ее пониманием реципиентом, эмоционально-настраивающая, как ведущие коммуникативные тактики в немецкоязычном блоге. Выявлена соотнесенность данных тактик с лексическими и стилистическими особенностями текстов немецкоязычного блогера. Установлена зависимость выбора используемых блогером языковых единиц от его коммуникативной интенции. Определены лексические средства выражения тактики самопрезентации, в частности выявлено активное использование фразеологических сочетаний и сленговых выражений. Дана характеристика терминов, жаргонной лексики и профессионализмов, применяемых блогером для осуществления тактики контроля над темой и её пониманием реципиента. Описана эмоционально-настраивающая тактика блогера, эксплицированная сленговыми словами и выражениями, а также невербальным способом (посредством смайликов). Объяснена причина активного применения блогером данных тактик в информационном пространстве блога.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия; коммуникативная тактика; коммуникативная интенция; блог; блогер; фразеологизм; сленг

Для цитирования: Авилова А.А. Базовые коммуникативные тактики немецкоязычного блогера и способы их выражения. *Казанский лингвистический журнал*. 2024;7(1): 29–38. <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2024.7.1.29-38>

Original article

Philology studies
<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2024.7.1.29-38>

**BASIC COMMUNICATIVE TACTICS OF A GERMAN-SPEAKING
BLOGGER AND WAYS OF EXPRESSING THEM**

A.A. Avilova

Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russia
avilova97@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0001-2912-3093>

Abstract. The phenomenon of communicative behavior as a subject of numerous linguistic studies is analyzed. The relevance of virtual communication in modern society is determined. The article considers concepts of a blog, a blogger and a linguistic personality. Definitions of communication strategy and tactics are given and their correlation with each other is presented. A number of

communication tactics frequently used by bloggers in diary-type blogs have been identified. The following tactics are described: self-presentation, control over the topic and its understanding by the recipient, emotional adjustment, as the leading communication tactics in a German-language blog. The correlation of these tactics with the lexical and stylistic features of the texts of the German-speaking blogger is revealed. The dependence of the choice of language units used by a blogger on his communicative intention is defined. The lexical means of expressing self-presentation tactics are identified, in particular, the active use of phraseological combinations and slang expressions is revealed. The characteristics of the terms, jargon and professionalism used by the blogger to implement tactics of control over the topic and its understanding of the recipient are given. The blogger's emotionally tuning tactics are described, explicated through slang words and expressions, as well as non-verbally (through emoticons). The reason for the blogger's active use of these tactics in the blog information space is explained.

Keywords: communicative strategy; communicative tactics; communicative intention; blog; blogger; phraseology; slang

For citation: Avilova A.A. Basic Communicative Tactics of a German-Speaking Blogger and Ways of Expressing them. *Kazan Linguistic Journal*. 2024;7(1): 29–38. (In Russ.). <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2024.7.1.29-38>

Обзор многочисленных отечественных лингвистических публикаций, вышедших в свет за последние два десятилетия, позволяет сделать вывод о большом интересе филологов к проблемам изучения такого феномена, как коммуникативное поведение [1, с. 25-30; 2, с. 31-39; 3; 4]. Обсуждение вопросов, связанных с изучением этого явления, имеет своим результатом установление этнокультурных, социокультурных и гендерных особенностей участников коммуникации. Заметим, что в настоящее время все более актуальным в поле зрения лингвистов становится исследование виртуальной коммуникации как глобального средства человеческого общения, объединяющего социум посредством различных форм и каналов интернет-пространства. При этом, согласно наблюдениям А.В. Кульминской, наибольший интерес вызывает блог как особый жанр интернет-общения, который представляет собой веб-сайт, содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера с возможностью комментирования [5, с. 11].

Личные блоги дневникового типа более распространены на просторах Интернета, чем какие-либо другие. Они составляют сегодня 70,4% интернет-пространства [6]. Данный факт объясняет наше решение обратиться к лингви-

стическому анализу личных блогов дневникового типа как к эмпирической базе, состоящей из 528 контекстов из 245 постов и 283 комментариев блогов авторов из Германии, Австрии и Швейцарии на блог-портале «LiveJournal».

Поскольку блогер – это пользователь Интернета, ведущий блог и повествующий о каких-либо значимых для него или для общества событиях [7, р. 3], он может быть рассмотрен как языковая личность. Под понятием языковой личности вслед за Ю.Н. Карауловым мы понимаем «многокомпонентный и многослойный набор языковых способностей, умений, готовностей к осуществлению речевых поступков разной степени сложности» [8, с. 32]. Интерес для нас представляет изучение речевых поступков немецкоязычных блогеров, нечасто оказывающихся, насколько мы можем судить, в поле зрения отечественных лингвистов.

Независимо от того, какой характер носит та или иная коммуникация, любая коммуникативная личность руководствуется выбором определенных коммуникативных стратегий и использует конкретные речевые тактики для того, чтобы процесс коммуникации был успешно реализован, и коммуникативная цель была достигнута. Исходя из этого утверждения, мы ставим в статье следующие задачи – выявить специфику коммуникативных тактик немецкоязычного блогера и установить лексические средства их выражения.

Рассмотрим далее понятия коммуникативной стратегии и тактики.

О.С. Иссерс под коммуникативной стратегией понимает «планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и реализацию этого плана» [9, с. 54]. При этом реализация плана общения может осуществляться разными способами, т.е. стратегический замысел определяет выбор средств и приемов общения. Коммуникативная тактика – это совокупность речевых действий, выполняемых в определенной последовательности и реализующих коммуникативную стратегию по заданным правилам [10, с. 69]. Отсюда следует, что коммуникативные тактики представляют собой кон-

кретные шаги, направленные на реализацию коммуникативной интенции, замысла отправителя письменного или устного текста.

В ходе анализа различных видов коммуникативных тактик нами был сделан вывод о том, что существует большое количество тактик, которые характерны для разных ситуаций общения и для воплощения поставленной задачи говорящего [3, с. 39; 9, с. 110; 11, с. 470-480; 12, с. 68-80].

В результате исследования материала блог-портала «LiveJournal» установлен ряд коммуникативных тактик, среди которых немецкоязычный блогер достаточно часто прибегает к применению тактики самопрезентации, тактики контроля над темой и ее пониманием реципиентом и эмоционально-настраивающей тактики. Та или иная тактика, как известно, выражена определенными языковыми единицами, которые используются автором для успешного достижения коммуникативной интенции.

Рассматривая тактику самопрезентации (или в иной терминологии – контактоустанавливающую тактику), мы обнаружили, что она, как правило, лимитирована по объему, кратковременна, т.е. в блоге она выражается всего лишь одним-двумя постами для создания образа блогера, привлекающего читателя не только с положительной, но и в ряде случаев с отрицательной стороны. При реализации данной тактики говорящим/пишущим используются вербальные и невербальные средства с целью создания желаемого им впечатление – заинтересовать собеседника, привлечь к себе его внимание. При анализе материала, в котором имеет место тактика самопрезентации, обращает на себя внимание высокочастотное использование немецкоязычными блогерами многочисленных фразеологических сочетаний, многие из которых экспрессивны. Они нацелены на то, чтобы блогер мог успешно настроиться на диалог с читателями, выйти с ними на общую «волну» общения. Так, например, автор *avesphena* [13] в своем посте использует следующий ряд фразеологизмов: *mit dem Gedanken spielen* (т.е. автор долго обдумывал возможность снова вести блог, взвешивал свое решение); *durch den Kopf fliegen* (слова лишь мелькают у автора

в голове, а не складываются в единые тексты, которые необходимы для ведения блога); *in Frage kommen* (об использовании блогером платных возможностей ведения блога не может идти и речи). Завершая мысль о возобновлении ведения блога, его автор при помощи устойчивого сочетания *freien Lauf lassen* «позволить чему-либо идти своим чередом» выражает желание дать волю своим чувствам и мыслям, чему может эффективно способствовать блог как открытая площадка для любого желающего. Широкое распространение фразеологизмов в социолекте блогеров обусловлено в первую очередь их экспрессивным потенциалом, нередко яркостью образов, ими выражаемых.

Помимо активно используемых фразеологизмов немецкоязычный блогер в своем стремлении установить контакт с адресатом нередко прибегает к употреблению сленговых выражений, тем самым пытаясь, как мы понимаем, сократить дистанцию в общении с читателями (они преимущественно молоды), стать «своим»: *Hallöchen! / Hey! – Привет!; Was geht? / Was geht ab? – Как дела?; Geil! / Affengeil! – Супер! Классно!; Alter! – Дружище!; Tschüssie! – Пока!*

Используемый блогером сленг выполняет не только контактоустанавливающую, но и экспрессивную функцию, позволяющую довольно быстро и в лаконичной форме привлечь внимание читателя, сделать акцент на чем-либо важном, как считает сам блогер. Так, например, автор *h_giessen* [14], прибегая к употреблению таких сленговых слов, как *mega* и *krass*, хочет подчеркнуть несправедливость озвученных в его адрес возражений, свое возмущение и несогласие с коммуникантами.

Говоря о сленге в блоге, можно отметить тенденцию частого использования данного пласта лексики не только в тексте постов, но и в комментариях к ним. Данный факт можно объяснить жанровыми характеристиками комментариев, а именно – желанием читателя оставить мгновенную и точечную реакцию на прочитанное сообщение, используя при этом сленг, в частности молодежный.

Материал показывает, что тактика самопрезентации (контактоустанавливающая) позволяет блогеру познакомиться с читателем, рассказать о себе в целом, ответить на интересующие его вопросы. Поэтому в качестве перлокутивного эффекта ожидается результативное воздействие на коммуникантов, выстраивание доверительного отношения аудитории к себе.

В качестве следующей базовой тактики выступает тактика контроля над темой, которая предполагает сообщение какой-либо информации, являющейся новой для адресата. При этом адресант, как правило, хорошо ориентируется в конкретной теме, приводит объективные данные и часто убедительные аргументы. Исходя из наших наблюдений, констатируем, что эта тактика зачастую используется авторами, ведущими свой блог на определенную тему, поскольку в ее рамках они являются своего рода экспертами и могут контролировать уровень и глубину понимания читателей. Так, контроль над темой легко прослеживается в постах с преобладающим количеством терминов. Например, блогер *lautenist* [15] в своем тексте указывает на необходимость внесения изменений в законодательство страны, на сохранение гражданских прав жителей Германии, используя такие термины, как *Souveränität*, *Sozialismus*, *Positionierung*, *Grundrechte*, *Digitalisierung*, *Militarisierung*. Данные термины служат эффективным инструментом для автора, чтобы убедить читателей в его осведомленности, компетентности и четкой политической позиции. Применение терминологической лексики блогером служит аргументом в пользу признания за ним глубоких знаний в обсуждаемой теме.

Не только термины позволяют блогеру осуществлять тактику контроля над темой. Жаргонная лексика как способ установить более тесную связь с читателем, говорить на максимально понятном для него языке применяется немецкоязычным блогером тоже довольно часто. Так, автор *h_giessen* [14] употребляет жаргонизмы *googeln*, *Filtern*, применяемые в компьютерной области и интернет-сфере. С помощью данных жаргонизмов автору удастся максимально точно передать свою мысль, донести ее непосредственно до читателя.

Профессионализмы, выступая своеобразным индикатором истинности слов блогера, хорошо справляются с функцией контроля блогера над темой. В своем посте автор *lautenist* [15] использует профессиональную армейскую лексику (названия танков *Gepard* и *Leo*) для точной характеристики военной техники. Следует отметить, что данные лексические единицы, хотя и являются профессионализмами, в то же время понятны широкому кругу людей, так как их номинации основаны на сравнении с определенными качествами животных (скоростью их передвижения), а, значит, можно догадаться о наименовании быстроходной техники из контекста. Описанные нами примеры позволяют проследить условия осуществления тактики контроля над темой блогера и ее пониманием, равно как и показывают ожидаемую в качестве перлокутивного эффекта убежденность читателя в достоверности слов автора, в объективности его данных и их подтверждения.

Еще одной часто используемой немецкоязычными блогерами тактикой выступает эмоционально-настраивающая тактика (или тактика эмоционального воздействия), которая несет в себе положительные установки и желание автора снять напряжение с читателя, дать ему возможность уйти от негативной, часто токсичной реальности. Отмечено, что адресант прибегает к использованию описательных способов, которые помогают реципиенту представить «красивую картинку», или же подбадривающих фраз, формирующих позитивный настрой у читателя. Для этого блогер нередко подкрепляет свои слова невербальными средствами, а именно смайликами: смеющимся, улыбающимся, смайликом-сердце, одобрительным смайликом-жестом.

Как правило, для осуществления эмоционально-настраивающей тактики авторы блога ставят перед собой задачу рассказать о чем-то позитивном, применяя для широкой молодежной аудитории понятный ей язык. С этой целью используются сленговые слова и выражения, обладающие положительной контекстуальной коннотацией. Так, блогер *jkow* [16] посредством сленгового слова *Drahtesel* (железный осёл), обозначающего в молодежной среде велосипеда, с

шутливым, легким пренебрежением оценочно характеризует это средство передвижения в своем коротком повествовании об удавшейся поездке на природу, пытаясь тем самым вызвать положительную реакцию у коммуникантов.

Материал позволяет заключить, что тактика эмоционального воздействия – это не всегда тактика, осуществляемая эксплицитными средствами, в частности с использованием ярких, стилистически маркированных лексических единиц. Блогер может воздействовать на читателя косвенно, применяя отдельные слова, подходящие к теме высказывания. В данном случае речь идет об имплицитности как средстве выражения коммуникативной интенции блогера.

Тактика самопрезентации, тактика контроля над темой, а также тактика эмоционального воздействия доминируют в арсенале блогера, если исходить из количественных показателей их применения. Активное употребление указанных тактик объясняется, на наш взгляд, желанием автора максимально простым и доступным способом воздействовать на читателя в информационном пространстве блога. При этом данные тактики могут быть направлены как на сообщение автором чего-то нового для читателя, так и на констатацию давно известного факта.

Поскольку интернет-коммуникация занимает сегодня лидирующее место в коммуникативно-информационном пространстве современного социума (в особенности, его молодежного сегмента), то продукт такого вида общения, по нашему мнению, перспективен как объект для исследования. Посты немецкоязычных блогеров и применяемые в них коммуникативные стратегии и тактики могут быть, на наш взгляд, результативно рассмотрены в сравнении с постами англоязычных блогеров. Решение этой задачи позволит установить некоторые этнокультурные особенности в коммуникативном поведении членов разных социумов.

Список литературы

1. Гулинов Д.Ю., Федоров Ф.Д. Реализация стратегий вежливости и невежливости в испаноязычном политическом дискурсе. *Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки*. 2023;(3):25–30.
2. Гуляева М.А. О некоторых особенностях коммуникативного поведения российской молодежи. *Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки*. 2023;(3):31–39.
3. Коноваленко И.В. *Роль гендерного фактора в коммуникативном поведении мужчин и женщин*: дис. ... канд. филол. наук. Омск; 2003.
4. Стернин И.А. *Модели описания коммуникативного поведения*. Воронеж: Гарант; 2015.
5. Кульминская А.В. *Социальная общность блогеров: становление и развитие в российском обществе*: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург; 2013.
6. Afirewall. URL: <https://afirewall.ru/blog-kakie-byvayut-vidy-blogov-v-seti-internet> [дата обращения: 20.01.2024].
7. Herring S.C., Scheidt L.A., Kouper I., Wright E. *A Longitudinal Content Analysis of Weblogs: 2003–2004*. Blogging. Citizenship and the Future of Media; 2007:3–20.
8. Караулов Ю.Н. *Русский язык и языковая личность*. Изд. 7-е. Москва: Изд-во ЛКИ; 2010.
9. Иссерс О.С. *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Изд. 5-е. Москва: Изд-во ЛКИ; 2008.
10. Гулакова И.И. *Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения*: дис. ... канд. филол. наук. Орёл; 2004.
11. Анкин Д.Ю., Митягина В.А. Локализация как тактика речевой стратегии самопрезентации. *Казанский лингвистический журнал*. 2023;(4):470–480.
12. Красавский Н.А. Коммуникативные стратегии и тактики в речевом жанре «интервью» при обсуждении немецкими СМИ военных событий на Украине. *Известия Южного федерального университета. Филологические науки*. 2023;(3):68–80.
13. Der Anfang. Ist schwer, 15.12.2021. URL: <https://avesphena.livejournal.com/> [дата обращения: 24.01.2024].
14. Der Preis für die politische Korrektur ist eine abstrakte, bürokratische Sprache, 02.02.2023. URL: <https://h-giessen.livejournal.com/1275510.html> [дата обращения: 24.01.2024].
15. Die Verfassung: Abwehrrechte gegen den Staat – und das politische Umfeld, 28.01.2023. URL: <https://lautenist.livejournal.com/499319.html> [дата обращения: 24.01.2024].
16. Radtour um Schleswig Holstein, 18.10.2021. URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** [дата обращения: 24.01.2024].

References

1. Gulinov D.Yu., Fedorov F.D. The implementation of politeness and incivility strategies in Spanish-language political discourse. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo sotsialno-pedagogicheskogo universiteta. Philologicheskie nauki*. 2023;(3):25–30. (In Russ.)
2. Gulyaeva M.A. About some features of the communicative behavior of Russian youth. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo sotsialno-pedagogicheskogo universiteta. Philologicheskie nauki*. 2023;(3):31–39. (In Russ.)
3. Konovalenko I.V. *The role of the gender factor in the communicative behavior of men and women*: dis. ... candidate of Philological Sciences. Omsk; 2003. (In Russ.)
4. Sternin I.A. *Models for describing communicative behavior*. Voronezh: Garant; 2015. (In Russ.)
5. Kulminskaya A.V. *The social community of bloggers: formation and development in Russian society*: abstract. ... candidate of Social Sciences. Yekaterinburg; 2013. (In Russ.)

6. Afirewall. Available from: <https://afirewall.ru/blog-kakie-byvayut-vidy-blogov-v-seti-internet> [accessed 20.01.2024].
7. Herring S.C., Scheidt L.A., Kouper I., Wright E. *A Longitudinal Content Analysis of Weblogs: 2003–2004*. Blogging. Citizenship and the Future of Media; 2007: 3–20.
8. Karaulov Yu.N. *Russian language and linguistic personality*. 7th edition. Moscow: Publishing House LKI; 2010. (In Russ.)
9. Issers O.S. *Communicative strategies and tactics of Russian speech*. 5th edition. Moscow: Publishing House LKI; 2008. (In Russ.)
10. Gulakova I.I. *Communicative strategies and tactics of speech behavior in a conflict situation of communication*: dis. ... candidate of Philological Sciences. Orel; 2004. (In Russ.)
11. Ankin D.Yu., Mityagina V.A. Localization as a tactic of speech strategy of self-presentation. *Kazanskiy lingvisticheskiy journal*. 2023;(4):470–480. (In Russ.)
12. Krasavsky N.A. Communication strategies and tactics in the speech genre of “interview” when German media discuss military events in Ukraine. *Izvestiya Yujnogo federalnogo universiteta. Philologicheskie nauki*. 2023;(3):68–80. (In Russ.)
13. The beginning. Is hard, 15.12.2021. Available from: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** [accessed 24.01.2024].
14. The price for political correction is an abstract, bureaucratic language, 02.02.2023. Available from: <https://h-giessen.livejournal.com/1275510.html> [accessed 24.01.2024].
15. The Constitution: Defensive rights against the state – and the political environment, 28.01.2023. Available from: <https://lautenist.livejournal.com/499319.html> [accessed 24.01.2024].
16. Bike tour around Schleswig Holstein, 18.10.2021. Available from: <https://jkow.livejournal.com/198749.html> [accessed 24.01.2024].

Автор публикации

Авилова Анна Александровна –
ассистент кафедры немецкого языка и
методики его преподавания
Волгоградский государственный
социально-педагогический университет
Волгоград, Россия
Email: avilova97@mail.ru
<https://orcid.org/0009-0001-2912-3093>

**Раскрытие информации о конфликте
интересов**

Автор заявляет об отсутствии
конфликта интересов.

Информация о статье

Поступила в редакцию: 17.02.2024
Одобрена после рецензирования: 24.02.2024
Принята к публикации: 28.02.2024

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Информация о рецензировании

«Казанский лингвистический журнал» благодарит анонимного рецензента (рецензентов) за их вклад в рецензирование этой работы.

Author of the publication

Avilova Anna Alexandrovna –
assistant at the Department of German language and
teaching methods
Volgograd State Socio-Pedagogical University
Volgograd, Russia
Email: avilova97@mail.ru
<https://orcid.org/0009-0001-2912-3093>

Conflicts of Interest Disclosure

The author declares that there is no conflict of interest.

Article info

Submitted: 17.02.2024
Approved after peer reviewing: 24.02.2024
Accepted for publication: 28.02.2024

The author has read and approved the final manuscript.

Peer review info

Kazan Linguistic Journal thanks the anonymous reviewer(s) for their contribution to the peer review of this work.