**Коммуникативные тактики немецкоязычного блогера**

Авилова Анна Александровна

Аспирант, ассистент кафедры немецкого языка и методики его преподавания Волгоградского государственного социально-педагогического университета, Волгоград, Россия

В настоящее время филологи проявляют большой интерес к проблемам изучения такого феномена, как коммуникативное поведение. Заметим, что 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.

Наибольший интерес, на наш взгляд, вызывает блог как особый жанр интернет-общения, который представляет собой веб-сайт, содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера с возможностью комментирования [Кульминская: 11].

Личные блоги дневникового типа более распространены на просторах Интернета, чем какие-либо другие. Они составляют сегодня 70,4% интернет-пространства [Afirewall]. Данный факт объясняет наше решение обратиться к лингвистическому 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 [Herring: 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» [Караулов: 32].

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.

Под коммуникативной стратегией понимается «планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и реализацию этого плана» [Иссерс: 54], под коммуникативной тактикой – совокупность речевых действий, выполняемых в определенной последовательности и реализующих коммуникативную стратегию по заданным правилам [Гулакова: 69].

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.

Тактика самопрезентации, как правило, лимитирована по объему, кратковременна и выражается посредством фразеологических сочетаний и сленговых выражений. Материал показывает, что данная тактика 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. Данная тактика реализуется посредством использования терминов, жаргонной лексики, а также профессионализмов, 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, которая несет в себе положительные установки и желание автора снять напряжение с читателя. Для этого блогер нередко подкрепляет свои слова невербальными средствами, а именно смайликами, или использует сленговые выражения. В данном случае блогер воздействует на читателя косвенно, применяя отдельные слова, подходящие к теме высказывания. 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 квантитативных 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.

**Литература**

1. Гулакова И.И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения. Дисс. … канд. филол. наук. Орёл, 2004.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. изд. 5-е. М., 2008.
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. изд. 7-е. М., 2010.
4. Кульминская А.В. Социальная общность блогеров: становление и развитие в российском обществе. Автореф. дисс. … канд. социол. наук. Екатеринбург, 2013.
5. Afirewall: <https://afirewall.ru/blog-kakie-byvayut-vidy-blogov-v-seti-internet>