

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА**

ХОРОШИЛОВА ВЕРОНІКА МИКОЛАЇВНА



УДК 811.112.2'42

**СТРАТЕГІЯ ЗАВДАННЯ ОБРАЗИ
У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ
ДІАЛОГІЧНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

**АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук**

Харків – 2017

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі німецької філології та перекладу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент
МАЛАЯ Олеся Юліївна,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна,
доцент кафедри німецької філології та перекладу

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
КОЗЛОВСЬКИЙ Віктор Володимирович,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка,
професор кафедри германської філології
та перекладу

кандидат філологічних наук
ОВСІЄНКО Леся Олександрівна,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького,
старший викладач кафедри німецької філології

Захист відбудеться «21» червня 2017 року о 14.30 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.051.27 у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна (61022, м. Харків, майдан Свободи, 4, ауд. 7-75).

З дисертацією можна ознайомитись у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна за адресою: 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.

Автореферат розіслано «18» травня 2017 року.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



І. І. Морозова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЕРТАЦІЇ

Інтернет-простір як специфічне середовище спілкування все частіше привертає увагу дослідників. Необхідність дослідження інтернет-дискурсу зумовлена зростанням соціокультурної ролі інтернет-спілкування, а саме в соціальних мережах та на форумах. Вивчення особливостей комунікативної взаємодії учасників інтернет-дискурсу вимагає уточнення змісту та поглиблення розуміння багатьох явищ когнітивної природи, зокрема стратегій і тактик, насамперед, конфронтаційної спрямованості, які є характерною рисою і одним із визначальних факторів сучасної комунікації.

Стратегія вивчається у сучасній лінгвістиці з позицій когнітивно-комунікативної парадигми (Н. Д. Арутюнова, Л. Р. Безугла, А. Д. Белова, Т. Г. Винокур, Ю. Габермас, В. З. Дем'янков, Т. Ван Дейк, О. С. Іссерс, К. Келлерманн, М. Е. Койт, В. В. Красних, О. М. Лазуткіна, Д. Леві, А. П. Мартинюк, Л. В. Солощук, Д. Таннен та ін.). Опис стратегій і тактик інтернет-комунікації відіграє суттєву роль у дослідженнях інтернет-дискурсу (Й. Андрутсопулос, О. П. Белінська, О. М. Галичкіна, С. Геррінг, А. Є. Жичкіна, І. Купер, С. Лі, М. Лузон, Н. Г. Лукашенко, Люн Хін, О. Ю. Малая, С. Піхляя, А. Псоу, М. С. Рижков, П. В. Шкапенко).

Важливе місце у дискурсивних студіях посідає вивчення стратегічного потенціалу конфліктної інтеракції (Л. Біб, А. Віхманн, С. Гарріс, І. Н. Горєлов, Дж. Еелен, Дж. Калпепер, Л. Лахеніхт, В. В. Леонтьєв, М. Лохер, С. Міллс, Л. О. Овсієнко, Дж. Остін, Дж. Руданко, Р. Уоттс, І. Є. Фролова). У цій площині вивчається і завдання образи.

Образа потрапляла до фокусу уваги лінгвістів як лінгвокультурний концепт (М. Д. Голєв, А. А. Зализняк, Г. В. Кусов), як мовна форма (негативнооцінна лексика, зокрема обсценна) (Ю. Д. Апресян, А. М. Баранов, М. В. Гамзюк, В. І. Жельвіс, В. І. Карасик, І. М. Осовська, Л. В. Свиридова, К. Ф. Сєдов, Й. А. Стернін, В. М. Телія, В. І. Шаховський) або форма поведінки (конфліктна, агресивна, неввічлива) (В. Ю. Апресян, Р. Водак, А. Грімшоу, Т. Ван Дейк, О. А. Зеленова, Чун Нам). Стратегічні аспекти образи досліджувались у межах вивчення конфронтації та неввічливості (І. Ф. Бублик, Д. Бусфілд, Дж. Калпепер, Л. Лахеніхт, О. О. Сідак, М. Теркурафі).

Втім, особливості реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі досі не дістали ґрунтового висвітлення. Зокрема, мовленнєві засоби втілення цієї стратегії та співвіднесення образи зі спорідненими явищами інтернет-комунікації, такими як флеймінг та тролінг, ще чекають на вивчення.

Актуальність теми дисертації визначається залученням до аналізу мовних проявів стратегії завдання образи у німецькомовному інтернет-дискурсі антропоцентричного підходу, який у сучасному мовознавстві характеризується поєднанням дискурсивного, прагматичного, когнітивного й соціокультурного векторів; а також суттєвою роллю явища образи в сучасній інтернет-комунікації. Запропоноване дослідження сприяє розв'язанню одного з важливих завдань сучасної германістики – визначенню особливостей реалізації стратегії завдання образи в інтеракції та впливу специфіки інтернет-дискурсу на її реалізацію.

Зв'язок дисертації з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертації відповідає профілю наукових досліджень, що проводяться на факультеті іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна в рамках тем «Проблеми іноземної мови, перекладознавства та методики когнітивно-дискурсивної парадигми» (номер держреєстрації 0109U007962) та «Когнітивно-дискурсивні дослідження мови та перекладу» (номер держреєстрації 0114U004320).

Мета дослідження полягає у встановленні структурно-семантичних і прагматичних характеристик висловлень, які реалізують стратегію завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

Меті дослідження підпорядковано вирішення таких **завдань**:

- окреслити теоретичні засади вивчення стратегії завдання образи в дискурсі;
- розробити комплексну методику дослідження висловлень, які втілюють стратегію завдання образи в сучасному німецькомовному інтернет-дискурсі;
- змодельовати семантичний простір BELEIDIGUNG / ОБРАЗА;
- виопрацювати класифікацію тактик, підпорядкованих стратегії завдання образи;
- встановити лінгводискурсивні особливості втілення стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі;
- визначити вплив специфіки інтернет-комунікації на реалізацію стратегії завдання образи.

Об'єктом дослідження є висловлення, які реалізують стратегію завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

Предмет дослідження становлять структурно-семантичні й прагматичні особливості реалізації стратегії завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

Матеріалом дослідження є коментарі з німецькомовного сегменту *YouTube* (вибір здійснювався за популярністю матеріалів), коментарі на сторінках соціальної мережі *Facebook* (розглядалися сторінки потенційно конфліктогенної тематики, зокрема сторінки політичних партій, відомих

громадських та культурних діячів), коментарі до електронних версій публікацій новинних порталів *Der Spiegel* та *Die Welt*, обговорення новин на порталі www.yahoo.de, різноманітні незалежні форуми та форуми на сторінках популярних періодичних видань *Joy*, *Cosmopolitan*, *Myself* тощо з 2010 по 2016 р. Масив даних складається з 1200 дискурсивних фрагментів, у яких міститься 2151 випадок реалізації стратегії завдання образи. Їх було дібрано методом суцільної вибірки зі 145-ти тредів (тематичних інтернет-обговорень) загальним обсягом 4600 умовних сторінок.

Методологічною базою дослідження слугують принципи прагмалінгвістики, якій на сучасному етапі розвитку притаманна акцентуація прагматодискурсивного та семантико-когнітивного векторів дослідження мовленнєвої взаємодії. Виконане дослідження методологічно базується на таких **вихідних положеннях**, доведених у лінгвістиці:

- Стратегія є комунікативним наміром мовця, сформованим на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і, водночас, мовною об'єктивацією цього наміру (А. П. Мартинюк, І. І. Пирог, І.Є. Фролова).
- Образа є локальною стратегією, яка спрямована на завдання шкоди адресатові (Д. Бусфілд, Дж. Калпепер, Л. О. Овсієнко, О. О. Сідак, І. Є. Фролова).
- Стратегія завдання образи реалізується у дискурсі, який є інтегральним феноменом – мисленнєво-комунікативною діяльністю, яка становить сукупність процесу і результату, і включає як екстралінгвальний, так і власне лінгвальний аспект (Л. Р. Безугла, В. В. Козловський, О. І. Морозова, А. М. Приходько, Л. В. Солошук, І. С. Шевченко).
- Інтернет-дискурс як середовище реалізації стратегії завдання образи є частиною віртуального дискурсу, яка обмежена інтернет-мережею, і становить мисленнєво-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ (Н. Ф. Гладуш, О. І. Горошко, М. Лузон, О. В. Лутовінова, О. Ю. Малая, М. С. Рижков, К. Хардекер).

Наукова новизна дослідження полягає у встановленні структурно-семантичних і прагматодискурсивних характеристик висловлень, що реалізують стратегію завдання образи, та у виявленні специфіки реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі. Зокрема, **вперше**:

- здійснено опис мовних і мовленнєвих особливостей реалізації стратегії завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі;
- розроблено класифікацію індикаторів стратегії завдання образи;

- розроблено класифікацію підпорядкованих їй тактик;
- встановлено прототипові аранжування цих тактик;
- виявлено вплив специфіки інтернет-комунікації на реалізацію стратегії завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі.

У роботі також **уточнено** зміст поняття «образи», що застосовується на позначення мети стратегічної дії, яка спрямована на завдання емоційного болю адресатові.

Теоретичне значення дослідження реалізації стратегії завдання образи в діалогічному німецькомовному інтернет-дискурсі зумовлене його внеском у лінгвопрагматику (визначення експліцитних та імпліцитних способів реалізації стратегії завдання образи), дискурсологію (поглиблення уявлень про особливості діалогічної взаємодії за допомогою висловлень, в яких втілено стратегію завдання образи); теоретичну граматику та лексикологію німецької мови (виявлення лексико-граматичних та синтаксично-пунктуаційних індикаторів стратегії завдання образи); теорію невербальної комунікації (виокремлення графічно виражених невербальних компонентів стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі); теорію комунікації та теорію комп'ютерного дискурсу (окреслення тактик стратегії завдання образи, уточнення близьких до стратегії завдання образи явищ тролінгу та флеймінгу, введення поняття псевдотролінгу). Результати дослідження сприяють розробці теорій імплікатур, комунікативних невдач, конфліктології та поглиблюють наукові знання у сфері розмовного дискурсу.

Практична цінність отриманих результатів полягає у можливості їх використання у викладанні курсів із теоретичної граматики німецької мови (розділи «Прагматика речення», «Займенник», «Дієслово», «Прикметник»), лексикології німецької мови (розділи «Фразеологія», «Стилістика», «Словотвірне значення»), риторики (розділ «Основи мовленнєвого впливу»), лінгвокраїнознавства Німеччини, у спецкурсах із лінгвопрагматики, комп'ютерної комунікації, у наукових дослідженнях студентів та аспірантів.

Результати дослідження обговорювалися на засіданнях кафедри німецької філології та перекладу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Їх **апробація** відбулася на 7-ми міжнародних наукових конференціях: III Всеукраїнській науковій конференції германістів з міжнародною участю «Германістика у XXI столітті: когнітивна, соціо- та прагмалінгвістика» (Харків, 2014); XIV Науковій конференції з міжнародною участю «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2015); Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасний вимір філологічних наук» (Львів, 2015); Міжнародній науково-практичній конференції «Мова, література і культура: актуальні питання взаємодії»

(Львів, 2015); XV Науковій конференції з міжнародною участю «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2016); V Науковій конференції з міжнародною участю «Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів» (Харків, 2016); Міжнародній науковій конференції «Urgent Problems of Philology and Linguistics – 2015» (Будапешт, 2015).

Публікації. Основні положення дисертації висвітлено в шести одноосібних статтях, п'ять із яких опубліковано у фахових збірниках наукових праць України, одна – у закордонному спеціалізованому виданні, та у тезах доповідей на 4-х наукових конференціях.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками, загальних висновків, трьох додатків, списків використаної літератури (363 позиції) та джерел ілюстративного матеріалу (145 позицій). Загальний обсяг дисертації становить 260 с. (обсяг основного тексту – 199 с.). У роботі наведено 10 таблиць і 4 рисунки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність дослідження, його наукову новизну, теоретичну та практичну цінність, визначено об'єкт, предмет дослідження, мету і комплекс завдань, які необхідно виконати для реалізації мети, методи дослідження, описано апробацію результатів дослідження.

У першому розділі «**Теоретичні засади дослідження стратегії завдання образи у німецькомовному інтернет-дискурсі**» окреслено теоретичні підґрунтя дисертації. Образа розглядається в соціології, психології, юриспруденції в межах мовленнєвої агресії, мовного насильства та як прояв ворожості. Правова лінгвістика звужує поняття образи до дискримінації та зводить до простої формули з буквальним значенням.

У цих дослідженнях акцент робиться на причинах такої поведінки та на емоційних станах комунікантів. У нашому лінгвістичному дослідженні ми концентруємось на комунікативних внесках, які втілюють певні емоційні стани (реальні чи ні), ставлення до адресата, виражають оцінку, і вперше розглядаємо образу в якості стратегічної дії в німецькомовному інтернет-дискурсі.

Глобальною стратегією у нашому дослідженні слугує конфронтація, локальною – стратегія завдання образи, яка, в свою чергу, реалізується в низці тактик за допомогою вербальних та графічних засобів інтернет-дискурсу. **Завдання образи** ми розуміємо як конфронтаційну локальну стратегію, реалізовану мовцем з метою завдання емоційного болю адресату через негативну оцінку його особистості у цілому, окремих характеристик або поведінки.

Мінімальною одиницею інтернет-дискурсу, що реалізує стратегію завдання образи, є контекстуалізоване висловлення, яке відповідає мовленнєвому акту, і якому притаманні такі ознаки:

- негативна оцінка (експліцитна або імпліцитна) адресата (соціальних груп, до яких він належить / його цінностей / особистих якостей / компетентності / гідності / поведінки);
- адресатом висловлення є учасник комунікативної ситуації, тобто інтернет-користувач, до якого звертається мовець, зокрема через гіперпосилання (на відміну від третьої особи).

У межах когнітивно-комунікативної парадигми, що спирається на ідеї постмодернізму та постструктуралізму, *інтернет-дискурс* як особливий контекст комунікації визначаємо як частину віртуального дискурсу, обмежену виключно інтернет-мережею. Це мисленнєво-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ. Термін «інтернет-простір» вживаємо як робочу назву різних типів дискурсу, що є інтернет-опосередкованими.

Спілкування в реальному та віртуальному дискурсі вимагає від комунікантів адекватних компетенцій. У віртуальному просторі нівелюються або зміщуються такі важливі ознаки учасників реального дискурсу: влада; симетричність / асиметричність соціальних статусів; вік, що дозволяє створити віртуальний комунікативний простір, у якому є можливості для конструювання віртуальної ідентичності. При цьому сконструйована ідентичність не перестає бути реальною особистістю з певними потребами, уявленнями про норму, зануреною в свій особливий контекст, який частково актуалізується під час спілкування в інтернеті. Інтернет-простір є новим типом соціальної практики та середовища у широкому розумінні, що мінімізує ризики користувача, повною мірою дає проявитися агресивній мовленнєвій поведінці та спробам завдання образи.

За місцем у дискурсі висловлення, які реалізують стратегію завдання образи, є як ініціальними, так і респонсивними відносно попередніх комунікативних внесків. Дискурсивний зміст стратегії завдання образи узагальнює формула «ТИ / ТВОЄ – ПОГАНЕ», тобто образливі висловлення експліцитно чи імпліцитно містять аксіологічний компонент.

За нашими даними, пропозицію, що є підґрунтям змісту висловлення, яким учасник німецькомовного діалогічного інтернет-дискурсу завдає образу своєму комунікативному партнерові, виражено здебільшого імпліцитно, тобто інтендований зміст образливого висловлення реконструюється адресатом шляхом інференційного виведення імплікатури. Реакція адресата слугує засобом верифікації реалізованої стратегії завдання образи.

Процедура вивчення реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі включає таку послідовність методів: 1) виокремлення семантичного простору BELEIDIGUNG / ОБРАЗА за допомогою семного аналізу; 2) визначення вербальних і графічних засобів реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі; 3) встановлення параметрів для виокремлення тактик і їх класифікація; 4) з'ясування моделей аранжування тактик завдання образи; 5) опис специфічних для інтернету дискурсивних проявів завдання образи: тролінгу, флеймінгу, гіпертексту, інтертекстуальності та креолізації.

У другому розділі «**Вербальні і графічні засоби реалізації стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі**» мовні (лексичні та синтактико-граматичні) і позамовні (візуально-графічні) засоби завдання образи простежуються відповідно до окремих тактик, що втілюють стратегію завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі.

Підрозділ 2.1 «**Семантичний простір BELEIDIGUNG / ОБРАЗА у сучасному німецькомовному дискурсі**» присвячено аналізу семантичного простору лексеми *Beleidigung*. Ядерною семою цього поняття є «заподіяння людині моральної шкоди». Диференційні семи корелюють із виділеними тактиками завдання образи:

- ушкодження честі й гідності індивіда (тактика приниження);
- навмисне завдання душевного / емоційного болю (тактики ураження та глузування);
- навмисне приниження честі й гідності / вираження зневаги / неповаги, що спрямовано проти прав індивіда (тактика дискримінації, включно підтип – тактику навішування ярликів);
- вираження неповаги, применшення значення когось / чогось, применшення авторитету, підлив довіри (тактика дискредитації);
- лайка, порочення, ганьба (тактика спалювання).

У підрозділі 2.2 «**Вербальні і графічні засоби реалізації тактик завдання образи в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі**» виокремлено 6 тактик, через які у німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі реалізується стратегія завдання образи, встановлено притаманний кожній з них спектр вербальних (лексичних, граматичних, пунктуаційних) та графічних засобів:

1. Тактика дискримінації (17,3 % випадків), суть якої полягає в негативній оцінці соціальної приналежності адресата (вік, стать, раса, національність, членство в партії, група за інтересами, конфесійна приналежність). В основі цієї тактики лежить опозиція «МИ-група» :: «ВОНИ-група», причому адресат сприймається як носій певної соціальної категорії. Наприклад, ця тактика проявляється у повторі займенників, а також лексем

із семами негативної оцінки; пряма номінація об'єкта оцінки поєднується з експресивним синтаксисом (окличні речення, апосипеза) та графічними засобами (емотиконами):

<jet lee>: *Du bist jetzt nun erbärmlicher negrid... Wenn Du zur negriden Rasse gehörst, so soll Dir Dein schlechtes Benehmen v e r g e b e n sein! +> Du bist schlecht, weil du zu einer anderen Rasse gehörst.*

<BlackTitan HD>: *Wenn Dummheit Weh täte...*

Bestimmt kann man nur Gehässigkeiten hinterlassen juhuu 🤪🤪🤪🤪

Належність до певної групи не обов'язково є реальною, вона може й приписуватися мовцем адресатові (різновид тактики дискримінації – так зване навішування ярликів). Основою для навішування ярликів виступають різноманітні стереотипи, як у наступному прикладі, де використане стереотипне уявлення про те, що гомофобія – неприпустиме явище. Оцінка тут надається експліцитно, проте безпідставно, оскільки автор ініціальної репліки надав статистичні дані без будь-яких проявів гомофобії:

<whitemanrunshim>: *Statistisch gesehen ist einer von 4 Männern in Deutschland Schwul. (geoutet oder nicht)*

<Julian Weber>: *Und was ist schlimm daran schwul zu sein?! drecks homophob +> Du bist schlecht, weil du wie Homophobe denkst.*

<whitemanrunshim>: *hab ich dich irgendwie angegriffen, oder wieso beleidigst du mich jetzt?*

2. Тактика спаплюження (9,7 %) зводиться до негативної оцінки цінностей, моралі, віросповідання, філософії, світогляду, смаків, інтересів адресата. Ця тактика, пов'язана із ціннісною картиною світу адресата, характеризується експресивною оцінністю, реалізованою на лексичному рівні, та емоційністю на рівні пунктуації, графічного виділення (у т. ч. емотиконами):

<Lolfeeder>: *Es ist besser, dass du nicht mehr in Deutschland bist, ansonsten würdest du deinen geistigen Durchfall in deinem sozialen Umfeld auch verbreiten. +> Deine Ideen sind dumm.*

<Somi Sweet>: *Hunde die bellen beißen nicht* 🤪🤪

Оцінка також передається okazionalizмами, епітетами, метафорами, метоніміями: *Scheinreligion, Lappen, Bushkind, vollgekotzt, Weißwürstchen-Hirn, Bayern-Fan, Johanna-Antwort, Muttiwähler, Birne, Gehirnversteppung, behindert, denkfaul, eindimensional, ewiggestrig, über die Einfalt j-s Vorstellungskraft stolpern.*

3. Тактика ураження (36,8 %) базується на негативній оцінці зовнішності, ментальних здібностей, особистих якостей тощо, тобто різних аспектів структури особистості. Для тактики ураження частотними є займенники й модальні дієслова в поєднанні з іронією:

<Maurice Himmelmann>: Anhand deiner Rechtschreibung muß man dich leider als

Saudumm einstufen. +> Du bist dumm.

<Justus Kettrukat>: SchnauZZZeeee!

4. Тактика дискредитації (21,4 %) полягає в негативній оцінці компетентності, вмінь, навичок, результатів праці. Для її реалізації використовується широкий спектр засобів. У наведеному нижче прикладі в межах однієї лексеми вживаються розділові знаки та графічні виділення, що додає стилістичного ефекту конструюванню смислу: «Ти не знаєшся на німецькій мові». В ініціальній репліці імплікується погане знання адресатом правопису завдяки експлуатації стереотипу про недолугість глядачів певної телепрограми. Також застосовано прийом передражнювання:

<TheJustJoined>: Bitte lern Deutsch und Rechtschreibung... achso du bist ja RTL Zuschauer: DEUTSCH LERN DU DANN SCHREIBEN TUN ERST!? D.E.P.P.? +> Du kannst Deutsch nicht.

<Dr Bones>: 

5. Тактика приниження (6,2 %) передбачає негативну оцінку, зокрема, честі та гідності суб'єкта, якого ображають. Приміром, саркастичне використання ніку адресата – прецедентного імені Ms. Benett, героїні роману Джейн Остін «Гордість та упередження», яка є стереотипним образом справжньої леді. Це висловлення принижує гідність користувачки з ніком Emma Benett:

<Eddi Kette>: Schnauze! Das ist meine eigene Meinung, die ich rauslasse. Was kann man aber von «Ms. Benett» erwarten. +> Deine Persönlichkeit ist schlecht.









<Emma Benett>: halt die Schnauze!

6. Тактика глузування (8,6 %) полягає в негативній оцінці суспільної і комунікативної поведінки адресата через жарт та характеризується креативністю мовних засобів. У наступному прикладі користувача MacSpe дратує вказівка на його помилку користувачем Dayrunner13 (вдало реалізована тактика дискредитації). У відповідь він намагається реалізувати тактику глузування, саркастично використавши метафору: «1 євро до твоєї розумової кружки» (мається на увазі жебрацька кружка), супроводжуючи репліку відповідними емотиконами:

<Dayrunner13>: Kann man ohne Anglieziesmen nicht auskommen?

<MacSpe>: *anglieziesmen

<Dayrunner13>: Ein Euro in die Klugscheißer Dose bitte

<MacSpe>: Da hast du allerdings recht        

Завдання образи здійснюється у прямий спосіб (експліцитно), коли соціальна група, до якої належить адресат, його цінності, особисті якості,

компетентність, гідність або його поведінка називаються мовцем, або, частіше, в непрямий спосіб (імпліцитно), коли вони не називаються прямо, а лише імплікуються мовцем.

Ізольоване використання вищезазначених тактик не є поширеним в німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі. Переважна більшість образливих комунікативних внесків представлена комбінаціями тактик – так званим тактичним аранжуванням. Аналізу цих комбінацій присвячено підрозділ 2.3 **«Дискурсивні особливості аранжування тактик завдання образу»**. Зокрема, встановлено частотність використання різних аранжувань. Найчастотнішими є поєднання тактик: ураження та дискредитації (22,7 %), ураження та дискримінації (18,5 %), спаплюження та дискримінації (13,7 %), ураження та глузування (12,1 %), ураження та спаплюження (8,2 %), спаплюження та глузування (7,6 %), приниження та ураження (6,2 %), приниження та глузування (5,3 %).

Третій розділ **«Дискурсивні прояви реалізації стратегії завдання образу в німецькомовному інтернет-просторі»** присвячено розгляду специфічних для інтернету проявів завдання образу.

У підрозділі 3.1 **«Конститутивні особливості інтернет-дискурсу, що впливають на реалізацію стратегії завдання образу»** встановлено загальні особливості спілкування у німецькомовному сегменті мережі Інтернет та їх безпосередній чи опосередкований вплив на реалізацію стратегії завдання образу, зокрема:

- 1) невизначеність, відкритість, незавершеність, яка уможливорює доповнення попереднього коментаря з повною зміною смислу;
- 2) фрагментарність, потяг до деконструкції, колажів, цитат, що знаходить прояв у тому, що інтернет-комунікація рідко характеризується логічністю та завершеністю, як структурною, так і семантичною;
- 3) відмова від канонів, авторитетів, іронічність як форма руйнування, наслідком чого є реалізація стратегії завдання образу за рахунок іронічності та саркастичної тональності;
- 4) втрата «Я» та глибини, поверховість, багатоваріантне тлумачення, що зумовлює безліч можливостей сконструювати власне «Я» і створити велику кількість ніків та аватар;
- 5) звернення до гри, алегорії, діалогу, тож характерною рисою інтернет-комунікації є наявність ігрового елементу, адже в процесі самопрезентації відбувається гра у вигадану ідентичність; комунікант може вдаватись до тролінгу, що також є грою зі зміною особистості;
- 6) репродукування у вигляді пародії, травестії, пастишу, оскільки все це збагачує сферу репрезентації;

7) карнавалізація, маргінальність, проникнення в реальне життя, завдяки чому віртуальне спілкування «проривається» в соціальний світ, що особливо помітно на прикладі віртуальних соцмереж; з іншого боку, соціальний світ «захоплює» віртуальний простір, створюючи його особливу частину – інтернет-дискурс;

8) конструктивізм, в якому використовуються інакомовність, фігуральна мова, що спричиняє дві тенденції під час реалізації стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі: (а) прямота за рахунок відповідності образливого смислу семантиці інвективи та (б) непрямота за рахунок виведення імплікатур через натяки, алюзії, саркастичну тональність тощо.

У підрозділі 3.2 «Тролінг та флеймінг як дискурсивні прояви завдання образи» розглянуто питання ідентифікації і конструювання ідентичності у інтернет-спілкуванні та його зв'язок з переважною анонімністю комунікантів. Одним з проявів анонімності є тролінг – гра зі зміною особистості, коли один з учасників не попереджає про це інших (Дж. Донат). Іншими словами, це омана з метою провокування із подальшим використанням агресивних форм комунікативної поведінки.

Провокація не завжди пов'язана з намаганням приховати свою ідентичність. Власне фігура троля є певною мірою престижною, оскільки серед його характеристик виокремлюються і такі схвалювані в сучасному світі властивості, як сила, домінантність, дотепність та саркастичність. Подібну поведінку, коли мовець не приховує свою ідентичність, ми пропонуємо називати *псевдотролінгом*. Образ агресивної мовної особистості, як правило, підтримується ніком. Псевдотролінг може виявлятися не лише експліцитно (через ніки, аватари та прямі заяви мовця), а й імпліцитно. Експліцитним є використання аватар, що містять зображення троля, або ніків, які безпосередньо містять лексему *Troll*, що підкріплюється агресивною мовленнєвою поведінкою:

<trollhorn1977>: Oh, ein Intelligenzverweigerer!!

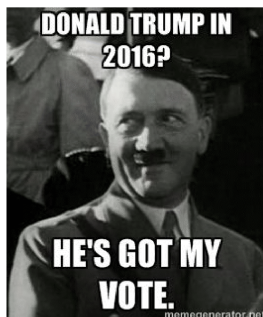
Das einzige Bundesland, in dem die Todesstrafe bis kürzlich noch in der Verfassung stand (oder noch steht) ist Hessen.

Und bitte wieso hat Pelzig ein Problem?? Der einzige mit Problemen scheinst Du zu sein!

<GegendieNWO>: Bist Du zu dumm zum Lesen, Du Unterschichtenschwein. Geh krepieren.

Якщо поведінка комуніканта є надто відвертою і тому може бути одразу розпізнана адресатом, має місце імпліцитний псевдотролінг:

<Naruto Uzumaki>: bleib mal swaggy dude



<BananenRepublikDeutschland>: Was hat das mit deutscher Wirtschaft zu tun? Mir ist alles klar du trollhappen.

У попередніх репліках користувач *BananenRepublikDeutschland* заявляв, що німецький уряд має більше займатись Німеччиною, ніж іншими країнами. Його опонент *Naruto Uzumaki*, який звинувачував свого адресата в націоналізмі, вдається до типових прийомів, що їх зазвичай використовують тролі. Він наводить інтернет-мем, який: (1) не має жодного стосунку до обговорюваних питань (мем – про вибори в США); (2) торкається теми, яка викликає гарячі суперечки в цьому інтернет-співтоваристві (політична позиція Д. Трампа); (3) несе певні елементи підвищеної емоційної наповненості (портрет Гітлера).

Спорідненим із тролінгом явищем є флеймінг. Флейм (від англ. *flame* – вогонь, «спір заради спору») – це словесна «бійка», яка у більшості випадків навіть не пов'язана з початковою темою. Флеймові повідомлення містять особисті образи і часто спрямовані на подальше розпалювання суперечки, сварки. Іноді це застосовується в контексті тролінгу, але, як правило, флейм спалахує просто через образу на віртуального співрозмовника. Стратегію завдання образи зафіксовано як в реактивних, так і в ініціальних коментарях.

Підрозділ 3.3 «**Гіпертекст як дискурсивний прояв реалізації стратегії завдання образи**» присвячений дискурсотвірним особливостям інтернет-комунікації. Зокрема, найбільш актуальними виявились два прояви гіпертексту: а) нікнейми, що зазвичай є активними посиланнями на сторінки користувачів; б) посилання на різноманітні ресурси, які або вбудовані в структуру стратегії завдання образи, або слугують для її посилення. Можливість переходити за гіперпосиланнями на сторінки користувачів у соціальних мережах дає змогу мовцеві за відсутності безпосереднього контакту ознайомитись із особистістю адресата, наприклад, переглянути його фотогалерею. Таким чином, механізм гіпертексту дозволяє користувачам «заходити» на особисту територію один одного і збагачувати інтернет-спілкування елементами реального спілкування, які є недоступними в умовах

текстоцентричного спілкування. Гіпертекст суттєво знижує рівень анонімності в інтернеті (за гіперпосиланням часто можна ознайомитися з профілем учасника в соцмережах, дізнатися про його реальне життя). З іншого боку, гіпертекстуальність часто порушує лінійність і послідовність спілкування, руйнуючи тим самим цілісний комунікативний простір і унеможливлюючи розпізнавання учасниками стратегії завдання образи, тобто дії учасників не досягають своєї перлокутивної мети.

Підрозділ 3.4 «**Інтертекстуальні дискурсивні прояви завдання образи**» доводить, що найбільш показовими з арсеналу засобів інтертекстуальності з метою реалізації стратегії завдання образи в нашому матеріалі є прецедентні феномени, серед яких важливе місце посідають прецедентні імена (літературні герої, історичні персонажі тощо).

Діалогічний інтернет-дискурс використовує не лише суто вербальні тексти, але й вводить до їх складу графічні елементи. Використання креолізованих текстів (фактура яких складається з двох негомогенних частин) для реалізації стратегії завдання образи розглянуто у підрозділі 3.5 «**Креолізація як дискурсивний прояв завдання образи**». Наступний приклад демонструє повну креолізацію. Відповіддю на пост користувачки *Nina Klunkert* є дві репліки, що містять стратегію завдання образи. Репліка користувачки *Kathrin Meyer* завдає образу саме за рахунок графічного зображення:

<Nina Klunkert>: *Darf es ein wenig Hirn sein? Eine top Werbung für Ikea!!!!*



<Kathrin Meyer> + Nina Klunkert:
IKEA = Ich kaufe einfach alles

<Ulrike Hoop> +Nina Klunkert:



<Nina Klunkert> +Ulrike Hoop
+Kathrin Meyer: *Manno! Pah! Buh!*

Особливу увагу у цьому підрозділі приділено демотиваторам, інтернет-мемам та емотиконам – специфічним графічним одиницям, створеним для вираження емоцій комунікантів. Усі ці засоби широко використовуються для завдання образи.

У підрозділі 3.6 «**Відхилення від мовної норми як дискурсивний прояв завдання образи**» розглянуто:

- використання еративів (цілеспрямованого викривлення орфографічної норми, за термінологією Г. Гусейнова) та есхрофемізмів (таких фігур мовлення, які за більш або менш віддаленої предметної схожості перетворюються на лихослів'я): *Scheisel – Scheidel; Müllmann – Düllmann*;
- скорочення синтаксичних конструкцій одночасно із зворотною тенденцією до надмірності компонентів мовлення;
- написання іменників з малої літери;
- відсутність розділових знаків або їх невірне вживання;
- еліптичні конструкції та елізії (*musste* замість *musst du*);
- явища асиміляції (*valt voll alt = Kenne ich schon*);
- випущення займенника, що слугує підметом, а також присвійних займенників, артиклів, прийменників;
- порушення порядку слів після сполучників типу *weil, deswegen, trotzdem*.

Увесь арсенал відхилень від мовної норми широко використовується для реалізації всіх тактик завдання образи у німецькомовному інтернет-дискурсі.

ВИСНОВКИ

Стратегія є комунікативним наміром мовця, сформованим на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і, водночас, мовною об'єктивацією цього наміру. Глобальною стратегією у нашому дослідженні є конфронтація, локальною – стратегія завдання образи, яка, в свою чергу, реалізується в низці тактик за допомогою вербальних та графічних засобів інтернет-дискурсу. Завдання образи є конфронтаційною локальною стратегією, реалізованою мовцем з метою завдання емоційного болю адресату через негативну оцінку його особистості у цілому, окремих характеристик або поведінки.

Мінімальною одиницею інтернет-дискурсу, що реалізує стратегію завдання образи, є контекстуалізоване висловлення, яке відповідає мовленнєвому акту, і якому притаманні такі ознаки: 1) наявність негативної оцінки (експліцитної або імпліцитної) адресата (соціальних груп, до яких він належить; його цінностей; особистих якостей; компетентності; гідності або його поведінки); 2) адресатом висловлення є учасник комунікативної ситуації.

Інтернет-дискурс є частиною віртуального дискурсу, що є обмеженим виключно інтернет-мережею. Це мисленнєво-комунікативний феномен, єдність процесу і результату мовленнєвої діяльності користувачів інтернет-платформ.

Аналіз семантичного простору лексики *Beleidigung / Образа* демонструє, що ядерною семою цього поняття є заподіяння людині моральної шкоди. Диференційні семи корелюють з виділеними тактиками завдання образи, зокрема: 1) тактикою дискримінації, включно із таким її різновидом, як навішування ярликів; 2) тактикою приниження; 3) тактикою ураження; 4) тактикою спаплюження; 5) тактикою глузування; 6) тактикою дискредитації. Ця класифікація спирається на категорії, які співвідносяться з різними об'єктами образи: соціальна та групова приналежність (тактика дискримінації); цінності, мораль, віросповідання, філософія, світогляд, вміння, смаки, інтереси (тактика спаплюження); зовнішність, ментальні здібності, особисті якості тощо (тактика ураження); компетентність, вміння, навички, результати праці (тактика дискредитації); честь і гідність суб'єкта (тактика приниження); суспільна і комунікативна поведінка (тактика глузування).

Образливі комунікативні внески здебільшого представлені комбінаціями тактик, тобто їхнім аранжуванням у ході реалізації стратегії завдання образи.

На мовленнєву поведінку учасників суттєво впливає переважна анонімність інтернет-дискурсу, сприяючи, зокрема, таким явищам, як завдання образи, а також флеймінг (агресивна суперечка, насичена особистими образами, яка зазвичай не має стосунку до початкової теми), тролінг (провокування учасників діалогу на сварку, причому троль приховує цей намір) та вперше описаний у нашій роботі псевдотролінг (ситуація, коли комунікант відверто заявляє про свою схильність до тролінгу).

Активне використання графічних елементів в інтернет-спілкуванні зумовлює так звану креолізацію мови, коли в одному висловленні поєднуються вербальні та графічні засоби. Разом із широким арсеналом емотиконів та інших засобів передачі емоцій креолізована мова слугує для реалізації стратегії завдання образи в інтернет-дискурсі.

Серед мовних засобів стратегії завдання образи виокремлено групу універсальних засобів, які зустрічаються у всіх тактиках: займенники (найбільший показник у тактиках ураження, приниження та дискредитації), модальні частки (тактики ураження та дискримінації), модальні слова (тактики дискримінації та дискредитації), епістемічні дієслова (тактики ураження та дискредитації).

Індикатори стратегії завдання образи за структурно-семантичним критерієм поділяються на вербальні та графічні. До вербальних індикаторів належать:

а) лексико-граматичні: модальні частки, модальні слова; словотвір; аксіологічні предикати та їх еквіваленти, зокрема епістемічні слова; особовий займенник *wir*, що не інклюзує адресата; особові займенники

2-ї особи *du / ihr*, присвійні займенники *dein / euer* та *mein / unser*, неозначено-особові займенники; стилістично знижена лексика; негативно марковані в німецькій лінгвокультурі прецедентні імена; лексеми, що позначають приналежність до певної несхвалюваної мовцем групи; лексеми з пейоративним оцінним значенням; вигуки; есхрофемізми, основою яких є ніки та імена користувачів; сленгові деабревації; спунерізми; лексичні одиниці, що виражають знеособлену невизначеність;

б) синтаксично-пунктуаційні: еліпсис; інверсія; повтори; риторичні питання; наказовий спосіб дієслова та конструкція «*Solch (ein) wie du*», де *X* – лексема з негативно-оцінним компонентом в структурі значення; використання розділових знаків з додатковою прагматичною метою.

Графічними індикаторами є зміна шрифту, використання верхнього регістру клавіатурного набору та емотикони.

Перспективи дослідження полягають у подальшому детальному вивченні стратегії завдання образи під час розгортання дискурсу в межах декількох мовленнєвих ходів із урахуванням зміни комунікативних ролей учасників; диференціації особливостей реалізації стратегії завдання образи в різних соціальних мережах інтернет-дискурсу; прицільному вивченні явища псевдотролінгу; класифікації тактик, що слугують ефективним засобом захисту у випадку реалізації стратегії завдання образи відносно певного інтернет-користувача.

Основні положення дисертації відображено в публікаціях автора:

1. Хорошилова В.М. Когнітивні засади втілення комунікативної стратегії завдання образи в німецькомовному дискурсі / В.М. Хорошилова // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2013. – Вип. 33. – С. 146–149.
2. Хорошилова В.М. Дискурсивні особливості реалізації стратегії завдання образи як підтипу неввічливості в інтернет-просторі / В.М. Хорошилова // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2014. – Вип. 75. – С. 101–104.
3. Хорошилова В.М. Методологія дослідження стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі / В.М. Хорошилова // Записки з романо-германської філології. – Одеса : Вид-во Одес. нац. ун-ту імені І.І. Мечникова, 2014. – Вип. 2(33). – С. 132–140.
4. Хорошилова В.М. Вплив особливостей інтернет-дискурсу на реалізацію стратегії завдання образи / В.М. Хорошилова // Вісник Харків. нац.

- ун-ту імені В.Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2015. – Вип. 81. – С. 182–191.
5. Хорошилова В.М. Стратегія завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі: одиниця дослідження та конструювання образливого смислу / В.М. Хорошилова // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія: Філологія – Педагогіка – Психологія. – Київ : Вид-во КНЛУ, 2015. – Вип. 31. – С. 225–230.
 6. Khoroshylova V. Typical tactics of the strategy of offence in the German Internet discourse / V. Khoroshylova // Science and Education a New Dimension. Philology. – Budapest, 2015. – № III(16). – Issue: 70. – P. 11–14.
 7. Хорошилова В.М. Одиниця дослідження стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі / В.М. Хорошилова // Сучасний вимір філологічних наук : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., 17–18 липня 2015 р. – Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2015. – С. 104–107.
 8. Хорошилова В.М. Методи і етапи дослідження стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі / В.М. Хорошилова // Мова, література і культура: актуальні питання взаємодії : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., 9–10 жовтня 2015 р. – Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2015. – С. 132–134.
 9. Хорошилова В.М. Особливості німецькомовного інтернет-дискурсу, що впливають на реалізацію стратегії завдання образи / В.М. Хорошилова // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : тези доп. XV наук. конф. з міжнар. участю, 5 лютого 2016 р. – Харків : Вид-во ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. – С. 214–215.
 10. Хорошилова В.М. Тактики, що є типовими для реалізації стратегії завдання образи в німецькому інтернет-дискурсі / В.М. Хорошилова // Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів : тези доп. V наук. конф. з міжнар. участю, 19 березня 2016 р. – Харків : Вид-во ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. – С. 106–109.

АНОТАЦІЯ

Хорошилова В. М. Стратегія завдання образи у німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України. – Харків, 2017.

У роботі досліджено прагмасемантичні особливості реалізації стратегії завдання образи в сучасному німецькомовному діалогічному інтернет-

дискурсі. Розроблено комплексну методику дослідження стратегії завдання образи; встановлено прагматичні особливості її втілення в німецькомовному інтернет-дискурсі; виопрацьовано класифікацію тактик, через які реалізується стратегія завдання образи, розглянуто особливості використання кожної тактики та їх комбінацій (аранжувань). Зокрема, встановлено, що все розмаїття тактик зводиться до 6-ти типів, а саме: 1) дискримінація, включно із таким її різновидом, як навішування ярликів; 2) приниження; 3) ураження; 4) спалювання; 5) глузування; 6) дискредитація. Визначено вплив специфіки інтернет-комунікації на реалізацію стратегії завдання образи в німецькомовному інтернет-дискурсі. Стратегія завдання образи знаходить прояв у таких явищах, як тролінг, псевдотролінг, флеймінг, креолізація, інтертекстуальність, гіпертекстуальність, відхилення від мовної норми.

Ключові слова: аранжування тактик, інтернет-дискурс, креолізація, образа, прагматика, стратегія, тролінг, флеймінг.

АННОТАЦИЯ

Хорошилова В. Н. Стратегия оскорбления в немецкоязычном диалогическом интернет-дискурсе. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки. – Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина Министерства образования и науки Украины. – Харьков, 2017.

В работе исследованы прагматическо-семантические особенности реализации стратегии оскорбления в современном немецкоязычном диалогическом интернет-дискурсе.

В качестве минимальной единицы интернет-дискурса, реализующей стратегию оскорбления, определено контекстуализированное высказывание, которое соответствует речевому акту и которому присущи следующие признаки:

- негативная оценка (эксплицитная или имплицитная) адресата (социальных групп, к которым он принадлежит / его ценностей / личных качеств / компетентности / достоинства / поведения);
- адресатом высказывания является участник коммуникативной ситуации, то есть интернет-пользователь, к которому обращается говорящий, в частности через гиперссылку (в отличие от третьего лица).

Разработана комплексная методика исследования стратегии оскорбления; установлены прагматические особенности ее воплощения в немецкоязычном интернет-дискурсе; выработана классификация тактик, посредством которых реализуется стратегия оскорбления; определено влияние специфики

интернет-коммуникации на реализацию стратегии оскорбления в немецкоязычном интернет-дискурсе.

В частности, выделены следующие тактики:

1) тактика дискриминации, суть которой заключается в отрицательной оценке социальной принадлежности адресата (возраст, пол, раса, национальность, членство в партии, группа по интересам, конфессиональная принадлежность). В основе этой тактики лежит оппозиция «МЫ-группа» :: «ОНИ-группа», причем адресат воспринимается как носитель определенной социальной категории. Принадлежность к определенной группе не обязательно является реальной, она может и приписываться говорящим адресату (так называемое навешивание ярлыков);

2) тактика опорочивания, которая сводится к негативной оценке ценностей, морали, религии, философии, мировоззрения, вкусов, интересов адресата. Эта тактика связана с ценностной картиной мира адресата;

3) тактика уязвления, которая базируется на отрицательной оценке внешности, ментальных способностей, личных качеств и т. д., то есть различных аспектов структуры личности;

4) тактика дискредитации, заключающаяся в отрицательной оценке компетентности, умений, навыков, результатов труда;

5) тактика унижения, при которой негативно оцениваются категории, связанные с самооценкой, в частности, честь и достоинство оскорбляемого субъекта;

6) тактика осмеяния, суть которой заключается в отрицательной оценке общественного коммуникативного поведения адресата посредством насмешки.

Определены характерные для каждой из тактик вербальные (лексико-грамматические и синтактико-пунктуационные) и графические средства. Наряду с ними выделена группа универсальных средств, которые встречаются, хотя и не всегда равномерно, во всех тактиках. Среди используемых вербальных и графических средств выделены специфические индикаторы стратегии оскорбления.

Обнаружено, что в немецкоязычном диалогическом интернет-дискурсе подавляющее большинство оскорбительных коммуникативных вкладов представлено не изолированными тактиками, а их комбинациями, то есть «тактическими аранжировками»; проанализирован состав и установлена частотность использования различных аранжировок.

В контексте стратегии оскорбления рассмотрены такие явления, как флейминг и троллинг, а также впервые описан псевдотроллинг (ситуация, когда коммуникант откровенно заявляет о своей склонности к троллингу). Изучены другие дискурсивные проявления реализации стратегии

оскорбления в немецкоязычном интернет-пространстве, в частности, использование:

- гипертекста (в первую очередь – с использованием никнеймов);
- интертекстуальности (в частности, через привлечение прецедентных феноменов);
- креолизации текста (при которой фактура текста не является гомогенной, включает в себя не только вербальную, но и изобразительную составляющие);
- разнообразных отклонений от языковой нормы (использование эрративов и эсхрофемизмов, сокращение синтаксических конструкций и избыточность компонентов речи, написание существительных с маленькой буквы, отсутствие знаков препинания или их неверное употребление, эллиптические конструкции и элизии, пропуск местоимений, артиклей и предлогов, нарушение порядка слов).

Ключевые слова: аранжировка тактик, интернет-дискурс, креолизация, оскорбление, прагматика, стратегия, троллинг, флейминг.

ABSTRACT

Khoroshylova V.M. The Strategy of Offense in German Dialogical Internet-Based Discourse. – Manuscript.

Thesis for a Candidate Degree in Philology, Speciality 10.02.04 – Germanic Languages. – V.N. Karazin Kharkiv National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine. – Kharkiv, 2017.

The paper focuses on the pragmasemantic aspects of implementing the strategy of offense in German dialogical Internet-based discourse. The research deploys a complex methodology developed with a view to establishing pragmatic features of the offense strategy implemented in German dialogical Internet-based discourse. The paper offers a classification of tactics of offense and considers specific aspects of using separate tactics and their combinations (arrangements). The diversity of tactics comprises 6 types: 1) discrimination, including labeling as its variation; 2) humiliation; 3) wounding; 4) tainting; 5) mockery; 6) discrediting. The paper explores the influence of specific properties of Internet-based communication on the implementation of the strategy of offense in German dialogical Internet-based discourse. In particular, the offense strategy is manifested in trolling, false trolling, flaming, using creolized texts, intertextuality, hypertextuality, and deviations from language norm.

Key words: arrangement of tactics, creolized text, flaming, Internet-based discourse, offense, pragmatics, strategy, trolling.

Підписано до друку 11.05.2017.
Формат 60х90/16. Друк ризографічний.
Гарнітура Times New Roman.
Зам. 1604/2017. Ум. вид. арк. 0,9.
Тираж 100 прим. Ціна договірна.

Надруковано ФОП Сверделов М.О.
м. Харків, вул. Гв. Широнінців, 24, корп. А, кв. 33.
Свідоцтво про державну реєстрацію ВОО № 971661 від 13.12.2005.