

Бородулина Н.Ю., Макеева М.Н.

*ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет»,
Тамбов, Россия*

СТРАТЕГИИ АКТИВИЗМА В ЦИФРОВОМ ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Цель настоящего исследования – выявить семантико-прагматическое характеристики языковой реализации коммуникативных стратегий активизма в современном сетевом дискурсе на материале трех языков: французского, английского и русского. Его практическая значимость усматривается в том, что полученные в ходе научного анализа результаты могут быть использованы в лингводидактике, в частности, в преподавании иностранного языка в техническом вузе.

Формирование современного дискурса, размещенного в пространстве интернета, в частности, коррелирующего с коммуникацией в социальных сетях, это один из важных аспектов актуальных филологических исследований, в которых устанавливается взаимосвязь между элементами лексической системы языка.

Выявление стратегий и тактик, которые способствуют тому, чтобы любое обращение к аудитории начало курсировать по сети, вызывать ответные реакции и конкретные действия, составляет основу для понимания и определения активности цифрового информационного поля.

В эпоху стремительного развития цифровых технодискурсивных практик убеждение, побуждение и внушение выходят на первый план в коммуникационных стратегиях, используемых для привлечения сетевой аудитории и ее инициации к деятельности в ответ на призывы различных социальных и политических институтов и движений. Основанием служит умелая комбинация логической и эмоциональной составляющих,

направленных на сознательное принятие адресатом определенной точки зрения.

Анализ работ, посвященных стратегиям аргументации в сетевом дискурсе, позволяет выявить следующие моменты, способствующие побуждению пользователей сети к ответным реакциям и действиям:

1. разумное соотношение логического и эмоционального в аргументации, из которых главенствующим должно быть логическое начало;

2. моделирование аргументации в рамках постулированного или реального конфронтационного диалога;

3. применение когнитивного анализа концептосферы потенциальной аудитории с целью формирования сильной аргументации;

4. включение в убеждающую речь риторических приемов, имеющих прагма-эстетическое воздействие на потенциальных соратников по социальной и политической активности [1, с. 2].

Последнее особенно характерно при обращении к эмоциональному интеллекту адресата и используется в различных сегментах новой медиареальности как социально значимых, так и политически ориентированных, акцентируя сопричастность потенциальных соратников к проявлениям своего отношения к призывам и сообщениям в сети, к изъявлению доброй воли в виде оказания помощи ближнему, а также и уверениям в возможности совершить добрый поступок. Коммуникативный эффект аргументации обнаруживается в сфере личного (внутреннего состояния пользователя сети), который может послужить отправной точкой для деятельности, например, благотворительной.

На примерах, взятых с портала Change.org, покажем использование как риторических приемов, так и языковых / неязыковых средств, способствующих реализации стратегий побуждения к онлайн активности:

- лексический повтор (*Они уже никогда не будут прежними беззаботными юношами. Они никогда не смогут работать по профессии; ... сказывается недостаток выходных, большое количество ночных смен, недостаток времени на отдых*);

- эффект смыслового нарастания, достигаемый за счет нескольких повторов (*... обещанного домика для медика, как было в проекте, почему-то не построили! В селе старые дома и снять нормальное жилье для фельдшера не реально! А без жилья к нам никто не придет!!!*);

- повтор морфем, например, приставок, имеющих отрицательную коннотацию (*... любой руководитель должен быть на связи всегда. Да и среди неруководящего звена много незаменимых сотрудников*);

- пропуск членов предложения, когда пропущенный компонент эллипсиса восстанавливается не из контекста, а из самой языковой конструкции, превращающей высказывание в лозунг (*Очереди в детсады и школы по 35 человек в классе. Какие новые дети и новые беременности?*);

- эффект сопричастности, который достигается путем использования «мы-дискурса» (*Мы просим вас - дайте шуму! Мы на грани исчезновения. Мы ждем от вас дат и конкретных решений*), а эффект ответственности – «я-дискурса» (*Я верю, что только общественная огласка может помочь защитить эту уникальную природу; я знаю, что проблема существует во многих регионах РФ*);

- эмоциональность и чувственность, обеспечиваемые образными номинациями (*Это стало последней каплей, переполнившей чашу народного терпения. Жители города находятся в ловушке*).

На синтаксическом уровне частотными в применении являются восклицательные и вопросительные предложения: *«Скорая» по такому бездорожью точно к нам не придет! Вертолета у нас нет! Неужели мы забудем нашу культуру???*

К неязыковым средствам отнесем шрифтовые выделения и использование прописных букв, что акцентирует внимание на проблемной ситуации и призывает к деятельности.

Апеллирование к чувствам достигается за счет использования образов маленьких детей, животных, нуждающихся людей. Подобные обращения, отраженные как языковыми, так и неязыковыми средствами, внушают доверие к адресату призыва и представляют эффективный способ охвата аудитории за счет того, что люди не смогут проигнорировать нуждающегося.

Новым способом проявления активности стало киберпространство. Онлайн-активизм, сетевой активизм, киберактивизм определяется как действие по использованию сети интернет с целью продвижения общественного, либо политического дела [3; 4; 5].

Предпосылками для формирования новой стратегии стали развитие интернета и демократизация цифрового общения, а также появление в Сети технодискурсивных практик: *делиться, ставить лайки, комментировать, парафировать форму (страницу) в интернете, share, like, comment, initial a form (page) on the Internet, j'aime, j'accepte, partager, commenter*, которые могут рассматриваться как вмешательство в ту или иную обсуждаемую в интернете ситуацию.

Интерес представляют способы словообразования для номинации новой стратегии активности в сети: *слактивизм*, неологизм, образованный путем словосложения (слово-чемодан) английских лексем *slacker / ленивый, вялый* и *activism / активизм*, который может трактоваться также как оксюморон, составленный из концептуально противоположных по значению слов.

Анализ публикаций в интернете позволил отнести к проявлениям слактивизма следующие формы онлайн активности: подписание онлайн-петиций; одобрение или «репост» заметок в социальных сетях;

распространение социальных роликов; размещение хэштегов; возможности ставить лайки, вести блог, изменять свой профиль в поддержку политических или социальных целей в социальных сетях и т.д.

Исследование словоформ, используемых для репрезентации стратегии слактивизма на русских, английских и французских интернет платформах выявило преимущественное обращение к образным номинациям, а значит и сопровождение чувственными, эмотивными коннотациями. Эти номинации отражают ассоциации с действиями, требующими минимальных усилий и отсутствия передвижений, т.е. действиями, которые возможны непосредственно от своего компьютера и со своего дивана. По способу словообразования языковая репрезентация концепта выглядит следующим образом:

1. Метафоры, основанные на оксюмороне и акцентирующие отсутствие реальных действий: *диванный активизм, ленивый активизм, вялый активизм, couch activism, sluggish activism, activisme paresseux.*

2. Милитаристские метафоры, характеризующие аудиторию социальных сетей, обладающую боевым настроем соратников по борьбе за справедливость: *диванные войска, диванная война, home army, sofa war, les militaires de chambre, militantisme de canapé, militaires de canapé.*

3. Метонимии, основанные на переносе значения через логическую связь (с инструмента деятельности на саму деятельность): *кликтивизм, активизм кликов, сетевой активизм, интернет-активизм, киберактивизм, хактивизм* (сокращение терминов «хакер» и «активизм»), *clicktivism, on line activism, hacktivism, militantisme du clic, militantisme en ligne, activisme numérique, hacktivisme.*

4. Культурно маркированные словообразования, используемые в английском и французском языках и акцентирующие излишнюю активность, которую можно назвать «позерством», отсутствием искренности; приверженцы этого течения — обычно влиятельные люди,

демонстрирующие свое истинное лицо с помощью перформативной активности (перформанс – рекламная акция с непременным ярким эффектом): *social champions/champions sociaux*/социальные чемпионы (*поборники социальных прав*); *performative activism / activisme performative /* перформативный активизм. Подобное поведение не вписывается в стереотип русского характера.

Итак, можно заключить, что современный сетевой дискурс характеризуется как многоуровневая и полимодальная коммуникативная площадка, на которой реализуются все возможные дискурсивные практики, в том числе акцентирующие онлайн участие в ответ на призывы к социальной и политической активности. В этой связи актуальными в сетевой коммуникации являются стратегии, осуществляемые за счет использования тактик убеждения, побуждения, внушения и принуждения, сочетающих соотношение логического и эмоционального в аргументации и включающих в убеждающую речь риторические приемы, имеющие прагмаэстетическое воздействие на потенциальных активистов.

Языковая репрезентация тактик онлайн активности осуществляется за счет разнообразных языковых и неязыковых средств, включая образные номинации, национально-культурную специфику и риторические приемы, нацеленные на инициацию к социальной и политической активности в социальных сетях.

Литература

1. Дзялошинский, И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. / И.М. Дзялошинский. — Москва: НИУ ВШЭ, 2012. — 572 с.

2. Жирова, И.Г. Эмоциональный интеллект языковой личности / И.Г. Жирова // Вестник Московского государственного областного университета. — Серия: Лингвистика, 2011. — № 2. — С. 47—53.

3. Bogui J.-J., Agbobli, C. L'information en périodes de conflits ou de crises : Des médias de masse aux médias sociaux numériques / J.-J. Bogui, C. Agbobli // Communication, technologies et développement. — 2017. — № 4. — URL: <https://doi.org/10.4000/ctd.705>

4. Dennis, J. Beyond Slacktivism: Political Participation on Social Media, Springer Nature / J. Dennis. — Switzerland AG. — 2019. — DOI:10.1007/978-3-030-00844-4

5. Wilkins D. J., Livingstone A. G., Levine M. All click, no action? Online action, efficacy perceptions, and prior experience combine to affect future collective action / D. J. Wilkins, A. G. Livingstone, M. Levine // Computers in Human Behavior. — 2019. — V. 91. — DOI:10.1016/j.chb.2018.09.007.