

Марія Кирилюк,
канд. філол. наук, доцент,
УДПУ імені Павла Тичини,
Умань, Україна

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІГІТАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ СОЦІУМІ

Ключові слова: дігiтальна комунікація, мовні особливості дігiтальної комунікації, зближення усного та писемного мовлення в дігiтальних медіа, соціальні впливи дігiтальної комунікації, користувачі інтернету як “*Digital Natives vs Digital Immigrants*”.

Стан дослідження проблеми. Дігiтальність розглядається наразі як кваліфікуюча прикмета нових медіа, яка суттєво впливає на мову та комунікацію. Під дігiтальною комунікацією (ДК) розуміють комунікацію з допомогою комп'ютера в інтернеті (*online-*, *e-mail-*комунікація, *Chat*, *Facebook*, *Twitter*, *Blog etc.*). Дослідженням специфіки комунікації такого роду, її мовних аспектів та соціально-культурних впливів займається цілий ряд традиційних наукових галузей (лексикографія, історія мови, соціо- та психолінгвістика, прагматик, мовної дидактики та ін.), на часі виявляються наукові студії ДК в руслі корпусної та комп'ютерної лінгвістики, філософії мови і теорії мовленнєвих актів та ін. Об'єктом наукових інтересів німецьких мовознавців (*Torsten Siever*, *Johannes Bittner*, *Sandro M. Moraldo*, *Peter Schlobinski etc.*) стають мовні та комунікативні аспекти ДК, які визначають тенденції розвитку сучасної німецької мови.

Метою даної статті є дослідити зміни, яких зазнає німецька мова та комунікація через дігiтальні медіа, з'ясувати її соціальнокультурні впливи.

Для досягнення мети дослідження застосовувалися **методи** критичного аналізу теоретичної лінгвістичної літератури німецькою мовою з проблеми дослідження і систематизації та узагальнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стосовно мовних змін, пов'язаних із дігiтальними медіа, то їх можна оцінювати наряду з іншим з

позиції збагачення словника для позначення нових понять та нових видів діяльності, які донедавна не існували, а виникають у зв'язку із бурхливим розвитком комп'ютерних технологій. Прикладом цього може бути неологізм *twittern*, що став одним із десяти слів року 2009 за версією Товариства німецької мови, яке використовується для позначення комунікації в твіттері, аналогічно дієслову *simsen* для позначення SMS-комунікації. Приводом для численних новотворів такого роду (запозичень з англійської) стають *Google*-проекти масової дігіталізації друкованих видань (ідея *Open Access*), щоб зробити їх доступними он-лайн, забезпечивши таким чином вільний доступ до культурного та наукового текстового продукту [1].

Оцінюючи вплив комунікації в інтернеті на орфографічні стандарти німецької мови, дослідники констатують, що в чатах та приватних блогах спостерігається свого роду «безтурботність» у поводженні з писемними нормами, тоді як в професійних блогах, веб-сайтах установ та фірм чи в офіційних електронних повідомленнях дотримуються чинних правил правопису [2]. На думку дослідника проблем дігитальної комунікації Й. Біттнера (*Johannes Bittner*), нові форми комунікації засвідчують меншу орієнтацію на правописні норми німецької мови та більшу толерантність до помилок при написанні повідомлень чи постів в чатах. Йдеться, таким чином, про своєрідну гібридну мову між усною та писемною [3]. Включення елементів усного мовлення в таку, що базується на писемній формі он-лайн-комунікації є, як вважає Біттнер, не функціонально, а стилістично мотивовано. Дігитальна комунікація формує нову знакову парадигму, яка відрізняється від аналогової і в якій відмовляються від жорсткого протиставлення усного та писемного мовлення [там же].

Погоджуються з такою точкою зору і інші дослідники (*Lutz Kuntzsch*), коли підтверджують зближення усного та писемного, розмовний характер та толерантність до некоректності з позицій мовного стандарту, притаманних новим формам комунікації [3,155]. Л. Кунч сприймає такі нові тенденції

мовного вжитку все ж скоріше спокійно, вважаючи їх закономірними явищами для розвитку мови.

Таку позицію розділяє і С. Моральдо (*Sandro M. Moraldo*), італійський германіст, дослідник в галузі контактної та медіалінгвістики, розглядаючи таке поведження з мовою молодих людей як прояв мовного креативу [4]. Досліджуючи комунікацію в Твіттері, мовознавець засвідчує наближеність повідомлень за обсягом (мах. 140 знаків) та їх синтаксичними особливостями до телеграфного стилю. Таке зафіксоване на письмі усне мовлення («*verschriftete Mündlichkeit*»), на думку дослідника, «...*spricht für die Sprache und ihre Nutzer. Unendlich viele Orthografiefehler sind bei Twitter allgegenwärtig ein bedauerliches, aber zumindest hinnehmbares Übel.*» [там же]. Вплив на мовні процеси оцінюється лінгвістами не лише стосовно мовного стандарту, а і по відношенню до розмовного варіанту німецької мови констатацією виникнення нових різновидів текстів, які попри свою формально писемну форму концептуально виявляються подібні усній [5].

Дискусійним, однак, залишається питання, чи означені тенденції викликані самими по собі сучасними формами комунікації чи особливостями мовного вжитку сучасних Інтернет-користувачів, передусім молоді. В цьому сенсі слід згадати протиставлення користувачів інтернету в руслі ДК як “*Digital Natives vs Digital Immigrants*”. У першому випадку (DN) йдеться про користувачів року народження після 1980, а в іншому (DI) – до 1980.

Оцінюючи мовні особливості дописів у фейсбуці в залежності від віку дописувачів, дослідники відмічають, що люди старшого віку, правда молодші 60-ти, пишуть тексти більші за обсягом, аніж молодші, котрі, в свою чергу, частіше вдаються до діалектів та активного використання як другої мови англійської [6]. Молоде покоління сповідує у своїй комунікації у фейсбуці концептуальну усномовність (короткість тексту, застосування розмовного та діалектного мовлення тощо), тоді як старше покоління традиційно схиляється до мовного стандарту.

Кожного разу предметом дискусії в колі дослідників та зацікавлених у дотриманні культури мовлення стає питання, чи йдеться у зв'язку із застосуванням дігiтальних медiа про прогресивнi тенденцiї у розвитку мови чи про її занепад i в якiй мiрi та яке мiсце вищеозначенi явища мають зайняти в мовнiй освiтi. Звiсно, новi способи комунiкацiї розвивають власнi притаманнi їм форми. Вважається, що, як правило, користувачi соцiальних мереж здатнi диференцювати сфери спiлкування та диференцiйовано пiдходити до комунiкацiї в її рiзних формах. Зрештою поняття мовноi культури зазнає перманентних змiн, а „...die Sensibilität im Umgang mit der Sprache zeigt .. jeder Einzelne zunächst selbst.“ [7].

Побоювання негативного впливу дiгiтальних медiа на соцiальну поведiнку молодих людей, як особливо активних користувачiв iнтернету, спростовуються дослідниками в галузi медiаосвiти та медiа комунiкацiї (*Johannes Fromme, Angela Keppler, Marc Prensky*), котрi дійшли висновку, що комбiнуванням рiзних засобiв комунiкацiї (on-line, off-line) бiльшою мiрою досягається соцiальна iнтеграцiя молодi, коли дiгiтальнi медiа не замiняють реальне спiлкування (*Face-to-Face-Kommunikation*), а його доповнюють та поглиблюють, якщо, однак, уникати надмiрного та остерiгатися залежностi вiд дiгiтальних медiа [8].

Висновки. Таким чином, на основi проведеного аналізу нами встановлено, що мовною реальнiстю для дiгiтальноi комунiкацiї є формування новоi знаковоi парадигми, яка вiдрiзняється вiд аналогової i в якiй вiдмовляються вiд жорсткого протиставлення усного та писемного мовлення, а твориться свого роду гiбридна мова, де письмо наближено до усного мовлення, де креативно пiдходять до мовних стандартiв, нехтуючи правилами з метою мовноi економiї. Така манера виявляється типовою передусiм для молодих користувачiв iнтернету, так званих “*Digital Natives*”, якi з народження увiйшли в дiгiтальний свiт, на противагу “*Digital Immigrants*”, котрi зiткнулися з дiгiтальними технологiями лише в дорослому вiцi.

Подальші дослідження мовних та комунікативних аспектів окремих форм дігiтальної комунікації як і соціальної поведінки комунікантів різних вікових та соціальних груп видаються перспективним для нових наукових розвідок.

Список використаних джерел

1. Der Sprachdienst, Heft 1/2010, S. 6,7.
2. Der Sprachdienst, Heft 6/2011, S.185.
3. Der Sprachdienst, Heft 4/2003, S.153-155.
4. Der Sprachdienst, Heft 2/2012, S. 91, 92.
5. Der Sprachdienst, Heft 4/2014, S.181.
6. Der Sprachdienst, Heft 1/2016, S. 53, 54.
7. Der Sprachdienst, Heft 2/2016, S.8.
8. www.informationszentrum-mobilfunk.de