

Олена Беззубова,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови,
Національний технічний університет України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
<https://orcid.org/0000-003-2767-7217>
м. Київ, Україна

Комунікативний простір німецькомовних соціальних медіа

Communicative space of German-language social media

***Анотація.** Останні десятиліття ознаменувалися стрімким розвитком комунікаційних технологій та електронної комунікації. Становлення і популяризація електронної комунікації якісно змінили комунікаційну систему та фундаментальну сутність міжперсональної й соціальних комунікацій. Соціальні медіа сформували електронний комунікативний простір, що відбиває сутнісні соціальні процеси в суспільстві та глобальні зміни світового масштабу. Інтерес науковців викликає вплив засобів та форм електронної комунікації на суспільство, культуру і мову. Нова комунікативна реальність та посилення динаміки розвитку соціальних медіа, які перетворилися на впливове джерело інформації, зумовили активну роботу традиційних ЗМІ в соціальних мережах. Присутність публічних осіб в соціальних мережах є сучасною детермінантою їхньої професійної діяльності та професійного успіху. Соціальні мережі Facebook та Instagram змінили механізми масової комунікації, розширивши межі медійного впливу на соціум та формування громадської свідомості та думки. Великий потік інформації обумовлює збільшення кількості текстів, а технічні особливості електронного простору детермінують продукування специфічних текстових повідомлень – електронних текстів. Електронні тексти відтворюють поєднання вербальних і паравербальних засобів вираження з метою передачі релевантної інформації, індивідуальної картини світу комуніканта і його соціальної ідентичності. Стислість тексту є дистинктивною ознакою електронної комунікації. Втім, досліджені тексти німецькомовних повідомлень соціальних мереж Facebook та Instagram вирізняються об'ємом експліцитної інформації та будовою, що залежить від комунікативних цілей повідомлення.*

***Ключові слова:** електронна комунікація, електронний простір, масова комунікація, соціальні медіа, соціальні мережі, текст, електронний текст.*

***Summary.** The last decades were marked by the rapid development of communication technologies and electronic communication. Formation and popularization of electronic communication have significantly changed the nature of communication system as well as fundamental essence of interpersonal and social communication. Social media created electronic communicative space reflecting essential social processes in society and global changes of the world scale. The impact of means and forms of electronic communication on society, culture and language generates considerable interest on the part of scientists. Both new communication reality and strengthening of social media's evolution dynamics that turned into the influential source of information resulted in the proactive efforts of traditional media sources in social networks. The presence of public figures in social networks acts as a modern determinant of their professional activity and success. Social networks Facebook and Instagram, in particular, have changed the mechanisms of mass communication extending the boundaries of media influence on society and formation of public conscience and opinion. The density of information flow leads to the increase in texts' number whereas technical specificity of electronic space determines the creation of certain text messages – electronic texts. Electronic texts represent the combination of verbal and paraverbal expressive means aimed at the transmission of relevant information, individual communicant's worldview and his/her social identity. Conciseness of the text is a distinctive feature of electronic communication. However, the analysed texts of German messages taken from social networks Facebook and Instagram, in particular, differ in the volume of explicit information and structure that depend on the communicative purposes of the message. The further linguistic analysis of German social media opens up interesting opportunities for the study of electronic communication and polyfunctional socio-communicative space.*

***Key words:** electronic communication, electronic space, mass communication, social media, social networks, text, electronic text.*

Вступ. За останні роки ЗМІ трансформувалися в нову структуру, що забезпечує неухильне зростання об'ємів інформації, яка надходить окремій людині, соціуму та всій світовій спільноті. Традиційні ЗМІ почали використовувати сучасні інструменти комунікації – мікроблоги, соціальні мережі та месенджери, які перетворилися на спеціальні засоби «електронної демократії», що залучають громадян до участі в суспільних і політичних процесах держави. На сьогодні трансляція інформації відбувається через традиційні канали – телебачення, радіо, газети, журнали у форматах друкованих та онлайн видань, а також через соціальні медіа, які сформували електронний медіапростір масової комунікації.

Актуальність статті продиктована релевантністю електронної комунікації в XXI столітті, необхідністю осмислення соціального та лінгвістичного вимірів електронної комунікації. Великий потік інформації зумовлює збільшення кількості текстів, а технічні особливості електронного простору детермінують продукування специфічних текстових повідомлень – електронних текстів. Електронні

тексти відтворюють поєднання вербальних і паравербальних засобів вираження з метою передачі релевантної інформації, індивідуальної картини світу комуніканта і його соціальної ідентичності.

Електронна, віртуальна або Інтернет-комунікація є об'єктом нового лінгвістичного напрямку, що аналізує лінгвістику Інтернету [3]. Дослідженням форм електронної комунікації та висвітленням їхніх релевантних ознак займаються вітчизняні та зарубіжні вчені: А.А. Атабекова, О.І. Горошко, Л.Ю. Иванов, Д. Крістал, К. Тарлоу, К. Тім, С. Фесслер, С. Херрінг, П. Шлобінські та інші. Комплексне дослідження електронної комунікації обумовлене її релевантною роллю в соціумі та медіапросторі.

Метою статті є виявити соціокультурні особливості електронної комунікації в просторі німецькомовних соціальних медіа, зокрема Facebook та Instagram.

Методологія та методи дослідження. У дослідженні використана комплексна методика – такі загальнонаукові методи, як аналіз, синтез, метод теоретичного узагальнення, а також описовий та контекстуально-інтерпретаційний методи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Становлення і популяризація електронної комунікації якісно змінили комунікаційну систему та фундаментальну сутність міжперсональної й соціальних комунікацій. Нові форми електронної комунікації забезпечують комунікативні потреби сучасного суспільства. У Німеччині широкій популярності набули такі соціальні медіа, як Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram, QQ, Tik Tok, Twitter, LinkedIn з відповідно найбільшою кількістю зареєстрованих користувачів різних вікових категорій [14]. Соціальні медіа є інтерактивними платформами, що використовують мобільні та Інтернет-технології та дозволяють окремим користувачам та їхнім спільнотам обмінюватися, спільно створювати, обговорювати і модифікувати створюваний контент. Технології Web 2.0 запропонували нові «соціальні» інструменти для обміну новинами, думками та іншими культурними артефактами, організації та управління віртуальними спільнотами для всіх користувачів мережі [13, с. 155]. Причому різновиди соціальних медіа – месенджери та соціальні мережі – вирізняються технічними умовами, функціональним призначенням та цільовою аудиторією.

Міжперсональна комунікація, що забезпечує комунікативну взаємодію у приватній сфері, характеризується соціальною масштабістю і актуалізується все частіше в електронному просторі. У міжперсональній німецькомовній комунікації превалує спілкування в месенджері WhatsApp, що наслідує принципи смс-комунікації. Наприклад, короткий діалогічний комунікативний акт, що

відбиває деякі реалії життя у час пандемії, – погіршення фінансового стану та обмежені можливості подорожувати:

– *Das Virus hat uns Alle erwischt, Alle haben weniger als vorher.*

Das ist schade, wir müssen erst mal abwarten ob das Reisen funktioniert

– *Ja, genau*

Швидка, інтерактивна і надійна передача інформації в часі та просторі, можливість задовольнити базові потреби користувачів у повсякденній міжперсональній комунікативній взаємодії, не занурюючись в процес комунікації, визначили домінуючу роль електронної комунікації в життєдіяльності сучасного суспільства. Вибір комунікативного каналу і паттернів здійснення інтеракцій завжди залишається за індивідом, непрямим чином підкреслюючи його ідентичність та культурну компетентність [1].

Стрімкий розвиток високих технологій сприяв симбіозу міжперсональної (один до одного), масової (один до багатьох) та мережевої (багатьох до багатьох) комунікацій [4] у месенджерах і соціальних мережах. Соціальні мережі – автоматизований, інтерактивний сервіс для взаємодії у групі або групах, в основі якої лежать система «друзів» і система «ком'юніті», з метою обміну інформацією, зазвичай яскраво вираженої тематичної спрямованості [7]. На офіційній сторінці уряду Німеччини у Facebook зазначено, що соціальні мережі поєднують людей для обміну думками і аргументами, можливості почути один одного та зрозуміти точку зору інших, однак лише за умови шанобливого ставлення та конструктивної дискусії. Причинами привабливості соціальних мереж є отримання інформації/ підтримки від інших членів соціальної мережі, верифікація ідей через участь у соціальній взаємодії, соціальна вигода від контактів (причетність, самоідентифікація, соціальне оточення, соціальне сприйняття тощо), рекреація (відпочинок) [11, с. 92].

Соціальна мережа Facebook виступає інструментом масової комунікації та встановлення офіційної взаємодії уряду, органів державної влади та політичних структур з громадянським суспільством. Уряд Німеччини інформує у Facebook про актуальну ситуацію, значущі події в країні та закордоном, повідомляє про організацію та результати проведення різноманітних політичних і громадських заходів. Прикладом публічної реакції німецького уряду на геополітичну зміну в світі є пост зі стислим текстовим повідомленням та посиланням на відео із заголовком „Kanzlerin Merkel gratuliert Joe Biden und Kamala Harris“ з офіційною промовою Ангели Меркель, в якій вона поздоровляє Джо Байдена та Камалію Харріс з перемогою на президентських виборах 2020 року:

Використання новітніх технологій для поширення ключових повідомлень ознаменувало перехід від класичного ділового листування до електронного. Електронна комунікація займає домінуючу позицію у забезпеченні взаємодії соціальних суб'єктів, що відображає сутність інформаційного суспільства. Глобалізацію міжнародних відносин забезпечує електронна дипломатія – «діяльність з метою досягнення дипломатичних цілей через використання ресурсу Інтернет, соціальних мереж та комунікаційних технологій в цілому [2, с. 157].

Технічні умови соціальних мереж дозволяють підписникам реагувати на повідомлення і робити коментарі – висловлювати свої думки і критику, що є проявом демократизації суспільної комунікації. Пост уряду Німеччини про вакцинацію груп підвищеного ризику викликав бурхливу реакцію численних фолловерів, зокрема критику пана Wolf Waldmann, подяку і позитивну оцінку дій уряду зі сторони Sammy Agcay, а також здивування та осудження схвального відгуку Sammy Agcay, що експлікували Georg Schnaiter, Michaela Buchholz-Ekinci, Jürgen Förster:

Wolf Waldmann *Diese Maßnahmen waren überfällig. Nun nicht nachlassen! Die Alten haben unser Land mit aufgebaut und für Deutschland geschuftet. Eine exzellente und liebevolle Betreuung MUSS ZU NORMALITÄT WERDEN!!*

Sammy Agcay *Vielen Dank an die Bundesregierung für die nützlichen Infos 📌📄. Wir haben zusammen einiges geschafft. Wir müssen weiterhin aufeinander Acht geben. Weiter so!*

Georg Schnaiter *Sammy Agcay Ich schmeiss mich weg...! Sorry, eine Regierung sollte sich erst einmal vor Ort informieren, bevor diese damit prahlt, was alles gemacht wird.*

Michaela Buchholz-Ekinci *Sammy Agcay OMG*

Jürgen Förster *Sammy Agcay ...Lobpreisen der Kompetenz 😊😊😊*

В інформаційному суспільстві рівень демократії розглядається крізь призму свободи інформації, що охоплює свободу слова, свободу преси та інших засобів масової комунікації, право на доступ до інформації та поширення інформації. Соціальні медіа перетворилися на важливий елемент демократичної системи, адже є основним джерелом інформації для широкої аудиторії. З метою розширення інформаційного впливу світові лідери, політики, політичні



партії, експерти, діячі культури використовують сторінку в Facebook і Twitter, акаунт в Instagram або новинний Telegram-канал. Наприклад, німецький політик Мартін Шульц анонсує у Facebook бесіду з реаніматологом Вівіане Зотцманн про роботу відділення інтенсивної терапії для хворих на COVID-19, висловлюючи при цьому подяку всім працівникам сфери охорони здоров'я. Фото, що було зроблено під час участі Мартіна Шульца в ток-шоу Маркуса Ланца, та посилання на відеозапис телепередачі на каналі ZDF утворюють цілісний інформаційний ланцюг «текст – фото – посилання на відео»:



Присутність політичних акторів у соціальних мережах – унікальна можливість поєднувати просування політика і партії та основну рису іміджу політичного суб'єкта – вседоступність [5, с. 207]. Нове покоління виборців більше довіряє політичним зверненням до індивідуального або групового адресата, на відміну від масового, де інформація проходить багато «фільтрів» обробки, редакційної політики тощо. Щоб отримати відповідь від політика, в соціальних мережах не потрібно проходити бюрократичні процедури, писати звернення, отримувати дозвіл.

Соціальні мережі дають значно більший інструментарій, ніж традиційні ЗМІ [9, с. 60].

У соціальних мережах відбувається безпосереднє спілкування політиків з представниками народу – підписниками. Електронний простір соціальних мереж є персоналізованим інформаційним майданчиком, на якому політичні актори висвітлюють політичні, соціально-економічні, культурні та історичні події, висловлюючи власне бачення і власну позицію. Наприклад, у наступному пості Мартін Шульц виражає підтримку заарештованому білоруському активісту Андрію Войнічу і закликає президента Беларусі до відставки, звільнення політичних в'язнів та проведення вільних виборів, що демонструє його політичну реакцію на події в Беларусі – фальсифікацію результатів виборів президента Беларусі та утиски і насильство проти учасників мирних протестів і його політичну позицію:

Соціальні мережі є потужним важелем, здатним впливати на політичні процеси в суспільстві [5, с. 207]. Тому 7 січня

2021 року соціальні мережі Facebook, Twitter та Instagram заблокували акаунти колишнього президента США Дональда Трампа, оскільки Дональд Трамп використовував Facebook для здійснення насильницького повстання проти демократично обраного уряду. Facebook заборонив Трампу робити дописи на своїй сторінці та в Instagram протягом 24 годин. Раніше платформа видалила його відеозвернення до прихильників, які брали участь у заворушеннях біля Капітолія.

Відомі лідери суспільної думки ведуть інформаційно-комунікативну діяльність у соціальній мережі Instagram, що ґрунтується на обміні фотографіями та уможливіло публікацію відео. Функціональний потенціал, експресивно-візуальне наповнення і активність молодого аудиторії сервісу Instagram створили продуктивні умови для здійснення соціальних комунікацій. Представники німецької політики, серед яких слід виділити Ангелу Меркель, Маркуса Зедера, Франк-Вальтера Штайнмаєра, Сару Вагенкнехт, Грегора Гізі, Мартіна Шульца, обрали медійне середовище Instagram для їхньої суспільно-політичної активності та політичної самореклами.

Епідемія коронавірусу згенерувала інформаційний привід, який має значення для соціального, політичного, культурного життя кожної країни і світу загалом, та визначила нові вектори економічного розвитку світової спільноти й боротьби з негативними наслідками пандемії. В одній з крайніх публікацій у Instagram німецький політичний діяч Грегор Гізі ділиться фрагментом відео з телепередачі Phoenix та компресованим текстом повідомлення, в яких він розповідає і обґрунтовує необхідність вакцинації країн третього світу та запобігання корупції на фоні пандемії:



Засоби масової комунікації, які сьогодні займають лідерські позиції серед головних інститутів демократичного суспільства, здійснюють безпосередній вплив на розвиток демократії в країні [8]. Активізація інформаційної діяльності ЗМІ у соціальних мережах дозволяє охоплювати широку цільову аудиторію, забезпечуючи її інформацією і телевізійним продуктом. Наприклад: пост у Facebook німецької телекомпанії RTL від 19 лютого 2021 року анонсує зустріч «Великої сімки» за участі 46-го президента США Джо Байдена і головну тему зустрічі – подолання пандемії коронавірусу шляхом «справедливої» вакцинації:

Вихід ЗМІ в електронний інформаційний простір є результатом процесу дигіталізації у світовому масштабі. Найпопулярніші в Німеччині телекомпанії ZDF, ARD, RTL мають власний сайт, сторінку в YouTube, аккаунт в соціальних мережах Facebook та Instagram.



На сторінці у Facebook телеканали транслюють новини, постиють сюжети і ширять розважальний контент. У часи пандемії коронавірусу тема добродійності набула особливої значущості, що привертає увагу ЗМІ. Наприклад, локалічний текст посту телеканалу ZDF про надання добродійної допомоги передувє відеосюжету, що відповідає принципу інформаційної єдності новинного повідомлення в соціальній мережі Facebook:

Висока швидкість отримання, опрацювання та розповсюдження інформації Інтернет-користувачем, а також низький поріг входу у цифрове середовище та відсутність цензури дозволяє кожному учаснику створювати свій новинний тренд.

Месенджер Telegram був першою цифровою платформою, що реалізувала функцію створення анонімних публічних каналів розповсюдження інформації [6, с. 103].

Месенджер Telegram забезпечує обмін приватними повідомленнями й уможливує створення публічних каналів, інформаційна діяльність яких не контролюється владою та не потрапляє під цензуру, що зумовлює зростання популярності Telegram-каналів як джерела інформації. Наприклад, повідомлення в Telegram-каналі німецької

регіональної газети Rhein-Zeitung від 16 грудня 2020 року про кількість летальних випадків у зв'язку з пандемією коронавірусу:

952 Corona-Todesfälle binnen 24 Stunden

http://www.rhein-zeitung.de/deutschland-und-welt_artikel,-952-coronatodesfaelle-binnen-24-stunden-_arid,2200785.html

Seit Beginn der Pandemie sind noch nie so viele Menschen im Zusammenhang mit dem Coronavirus gestorben. Außerdem sind 27.728 Neuinfektionen verzeichnet worden.

Через технічні характеристики каналу електронної комунікації – обмеження кількості знаків у повідомленні Telegram спостерігаємо стислий формат подачі тексту, який складається із заголовку, посилання на повну статтю та компресованого фрагменту статті, що містить локанічну еспліцитну інформацію. Кожний елемент тексту актуалізує інформацію, яку можна прочитати у повноформатній статті на електронній версії газети. При цьому рішення переходу за посиланням залишається за читачем.

Стислість тексту є дистинктивною ознакою електронної комунікації. Втім досліджені тексти німецькомовних повідомлень соціальних мереж Facebook та Instagram вирізняються об'ємом еспліцитної інформації і будовою, що залежить від комунікативних цілей повідомлення – передачі інформації, привернення уваги, виклику інтересу, коментування, організації сприймання тощо. Текст виникає за наявності задуму, який поступово розгортається в текст як модель комунікативного акту [12].

Висновки з дослідження. Месенджери та соціальні мережі сформували електронний комунікативний простір, що відбиває сутнісні соціальні процеси в суспільстві та глобальні зміни світового масштабу. Нова комунікативна реальність та посилення динаміки розвитку соціальних медіа, які перетворилися на впливове джерело інформації, зумовили активну роботу традиційних ЗМІ в соціальних мережах. Присутність публічних осіб у соціальних мережах є сучасною детермінантою їхньої професійної діяльності та професійного успіху. Соціальні мережі Facebook та Instagram змінили механізми масової комунікації, розширивши межі медійного впливу на соціум



та формування громадської свідомості та думки. Подальший лінгвістичний аналіз німецькомовних соціальних медіа відкриває цікаві перспективи дослідження електронної комунікації та поліфункціонального соціокомунікативного простору.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко С.В. Особенности культуры текстовой мобильной коммуникации. *Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. Спецвыпуск*. 2006. С. 7–9. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kultury-tekstovoy-mobilnoy-kommunikatsii/viewer> (дата звернення: 01.02.2020).
2. Гавриленко І.І. Дипломатичний компонент «м'якої сили» США : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.04. Київ, 2017. 241 с.
3. Горошко Е.И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области. *Жанры речи: сб. науч. тр.* / под ред. В.В. Дементьева. Вып. 4. Саратов, 2007. С. 111–127.
4. Грудка О. Міти про демократичний Facebook. URL : <https://nv.ua/ukr/opinion/demokratiya-ta-facebook-shcho-prihovuyut-vid-koristuvachiv-ostannipovini-50062561.html> (дата звернення: 01.02.2020).
5. Данько Ю. Соціальні мережі як засіб політичної комунікації. *Європейський політико-правовий дискурс*. 2015. № 2(2). С. 204–209.
6. Дорохин В.Н. Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2019. № 1. С. 103–105.
7. Дубняк К.В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 3. С. 122–126.
8. Овсіюк М.О. Формування інформаційного суспільства в Україні в умовах глобалізації. URL : http://www.rusnauka.com/12_ENXXI_2010/Politologia/65461.doc.htm (дата звернення: 08.03.2020).
9. Парфенюк І.М. Соціальні мережі Інтернету як засіб комунікації політичного лідера (на прикладі соцмереж Президента України). *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2017. № 2. С. 58–65.
10. Рогозина И.В. Вербально-авербальные когнитивные структуры медиа-текста как отражение социального бытия. Проблемы межкультурной коммуникации в теории языка и лингводидактике : материалы II междунар. науч.-практ. конф., г. Барнаул, 5-6 октября 2006 г. Барнаул, 2006. С. 109–113.
11. Смола Л.С. Детермінанти політичного процесу сучасності: теоретико-методологічний аналіз в інформаційно-психологічному вимірі. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. 448 с.
12. Феллер М.Ф. Текст як модель комунікативного акту. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В.В. Різун, А.І. Мамалига, М.Ф. К.: РВЦ «Київський університет», 1998. 336 с. URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=140> (дата звернення: 08.03.2020).
13. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації. *Політичний менеджмент*. 2013. № 1-2. С. 153–163.
14. Die wichtigsten Social Media Trends für 2020. URL : https://www.wuv.de/tech/die_wichtigsten_social_media_trends_fuer_2020 (дата звернення: 18.01.2020).