

## КОНТАКТНЫЕ СТРАТЕГИИ В ЭЛЕКТРОННЫХ СТАТЬЯХ И КОММЕНТАРИЯХ (НА ПРИМЕРЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА)

© *Черезова Мария Александровна* – кандидат филологических наук, заместитель начальника кафедры философии и общегуманитарных дисциплин, майор внутренней службы, Самарский юридический институт ФСИН России, 443022, Российская Федерация, г. Самара, ул. Рыльская, 24 в.  
E-mail: [kuprijanova07@mail.ru](mailto:kuprijanova07@mail.ru). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2728-3501>

### АННОТАЦИЯ

Статья посвящена определению места и роли контактных стратегий в интерактивном парном комплексе «электронная статья – электронный комментарий» в немецкоязычной дискурсивной практике политической направленности. В качестве материала настоящего исследования были выбраны первичные сообщения на политическую тему из ведущих газет ФРГ «ZEIT ONLINE», «Süddeutsche Zeitung» и журнала «SPIEGEL ONLINE», а также вторичные тексты в виде комментариев их читательской аудитории. В ходе проведенного языкового анализа доказывается, что стратегическая деятельность в выбранном виде дискурса представляет собой сложный многоаспектный процесс, обусловленный, с одной стороны, интенциями отправителя сообщения, а с другой – условиями интерактивного взаимодействия в рамках интернет-пространства.

Актуальность предлагаемого исследования определяется рассмотрением языковой реализации одной или совокупности выделенных в рабочую классификацию контактных стратегий. Автор делает акцент на участии средств, принадлежащих различным уровням немецкого языка, а также невербальных составляющих в процессах наложения, интенциональной смены или подмены стратегий. Отмечено, что стратегическая программа отправителя электронного сообщения не всегда правильно распознается реципиентом и находит продолжение в электронном комментарии: часто вторичный продукт кардинально противоречит первичному тексту.

Научная новизна проводимого исследования видится автору в том, что в политическом дискурсе электронных немецких СМИ комментаторы, выбирая определенные стратегические модели, могут перевести полемику на основе прочитанного в электронной статье в совершенно новое русло, ориентируясь на собственный заданный стратегический курс. Контактные стратегии, организующие взаимодействие и взаимопонимание участников опосредованной, но близкой в электронном пространстве к непосредственной коммуникации, оказываются важным ключом в постижении заложенной авторской стратегии, а зачастую стратегии немецкоязычного издания в целом.

**Ключевые слова:** стратегическая деятельность, отправитель, реципиент, стратегия позитивной (само)презентации; стратегия «преуменьшения», конвенциональная стратегия, стратегия псевдоконвенции, стратегия интенсификации, стратегия дискредитации.

**Цитирование.** Черезова М.А. Контактные стратегии в электронных статьях и комментариях (на примере немецкоязычного политического медиадискурса) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2019. Т. 25. № 3. С. 165–171. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2019-25-3-165-171>.



DOI: 10.18287/2542-0445-2019-25-3-165-171  
UDC 811.11-112

Submitted: 6/VIII/2019  
Accepted: 19/IX/2019

M.A. Cherezova

## CONTACT STRATEGIES IN ELECTRONIC ARTICLES AND COMMENTS (ON THE EXAMPLE OF THE GERMAN POLITICAL MEDIA DISCOURSE)

© Cherezova Maria Aleksandrovna – Candidate of Philological Sciences, Deputy Head of the Department of Philosophy and General Humanities, major in the internal services, Samara Law Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia, 24v, Rylskaya Street, Samara, 443022, Russian Federation.  
E-mail: kuprijanova07@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2728-3501>

### ABSTRACT

The article is devoted to determining the place and role of such type of strategies as contact strategies in interactive paired complex «electronic article – electronic comment» in German discursive political practice. As the material for this study, primary messages about political occurrences from the leading German newspapers «ZEIT ONLINE», «Süddeutsche Zeitung» and the journal «SPIEGEL ONLINE» as well as secondary texts in the form of comments from the readership were selected. The language analysis proves that the strategic activity in given form of discourse is a complex multi-faceted process caused by the intentions of the message addresser on the one hand, and by the conditions of interaction within the Internet space on the other hand.

The rationale of this study is determined by considering the language realization of one or a combination of contact strategies allocated to the working classification. The author focuses on using means of various levels of the German language as well as non-verbal components in the processes of imposition, intentional change or substitution of strategies. It is noted that the strategic program of the addresser of the electronic message is not always correctly recognized by the recipient and does not always find a continuation in the electronic comment often the secondary product radically contradicts the original text.

The author thinks that scientific novelty of the study is in the case of the political discourse of electronic German media commentators choosing certain strategic models can transfer the polemic based on what they read in an electronic article into a completely new direction focusing on their own given strategic course. Contact strategies organizing interaction and mutual understanding of participants in indirect, but close in electronic space to direct communication are an important key in discovery the underlying author's strategy and often the strategy of the German press as a whole.

**Key words:** strategic activity, addresser, recipient, positive presentation strategy, understatement strategy, conventional strategy, pseudo convention strategy, intensification strategy, discredit strategy.

**Citation.** Cherezova M.A. *Kontaktnye strategii v elektronnykh stat'yakh i kommentariyakh (na primere nemetskoyazychnogo politicheskogo mediadiskursa)* [Contact strategies in electronic articles and comments (on the example of the German political media discourse)]. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya* [Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology], 2019, Vol. 25, no. 3, pp. 165–171. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2019-25-3-165-171> [in Russian].

### Введение

Современные лингвистические школы, как отечественные, так и зарубежные, достаточно активно исследуют разного рода стратегии (дискурсивные, коммуникативные, риторические и др.), в частности в СМИ. Реализация указанных стратегических планов, на наш взгляд, со стороны адресанта обусловлена его целями, задачами, интенциональными установками, а также не в последнюю очередь жанром дискурса, в котором разворачивается взаимодействие отправителя и получателя электронного сообщения. Обратимся к анализу существующих на данный момент классификаций стратегий и определим те из них, которые репрезентируют немецкоязычный медиадискурс.

### Классификации стратегий

Общепризнанные стратегии большинства т. н. идеологических дискурсов, представляющие инте-

рес для нашего исследования, были систематизированы Т. А. ван Дейком [Dijk 2005, pp. 42–44]. Его классификация включает две очень важные стратегии: *стратегию позитивной самопрезентации* и *стратегию негативной презентации другого*, которые берутся многими современными лингвистами за отправную точку. Иное часто встречающееся наименование последней из представленных стратегий – «*стратегия дискредитации*» [Иссерс 2008, с. 93–96; Крячкова 2015, с. 89–92]. Достаточно близкие по своей сути к предыдущим понятия определяет в рамках исследования политического дискурса Е.И. Шейгал: *стратегия эвфемизации* и *стратегия дисфемизации* [Шейгал 2000, с. 310].

Что касается непосредственно немецкоязычного дискурса, то на настоящий момент существует целый ряд исследований стратегического плана высказываний различного рода дискурсов с выде-

лением свойственных данным жанрам стратегий. Так, А.Ю. Киселев исследует коммуникативные авторские стратегии в немецком научно-популярном дискурсе [Киселев 2012, с. 6]. Исследователем выделяются следующие виды: *стратегии аттракции* и *стратегии модализации*. Г.А. Туманова в рамках коммуникативного подхода также останавливается на особенностях реализации *стратегии убеждения* на примере русско- и немецкоязычного дискурсивного пространства в политической сфере [Туманова 2016, с. 1].

В рамках нарративного интервью на материале немецкого языка А.Ю. Лапшина выделяет *стратегию обеспечения понимания*, *стратегию контроля над темой* и *эмоционально-настраивающую стратегию* [Лапшина 2009, с. 9]. С.Ш. Каракулова в своем исследовании предлагает новый термин — *митигативная стратегия* ведения интервью с немецкими политическими деятелями [Каракулова 2016, с. 52–62].

Женскому политическому дискурсу и выделенным в ходе исследования *маскулинным стратегиям* посвящена работа Н.А. Синеокой, рассматривающей тексты интервью с женщинами-политиками Германии за 2017–2018 гг. [Синеокая 2019, с. 115–122.].

Е.В. Горбачев, анализируя «тексты сообщений для прессы» в сети Интернет, определяет место *семантических стратегий* в предвыборной коммуникации в ФРГ [Горбачев 2001, с. 3].

Достаточно подробную классификацию стратегий политической коммуникации в ФРГ представляет Ю.В. Вознесенская, выделяя *кооперативные* (в других терминах — *конвенциональные*, или *гармонизирующие*) и *конфликтные* (*конфронтационные*, или *дисгармонизирующие*) стратегии [Вознесенская 2010, с. 8]. А.А. Филинский определяет как одну из ведущих манипулятивных стратегий *стратегию героизации представителей своей партии*, очень близкую перечисленным выше стратегиям [Филинский 2002, с. 68–81].

Обширное разнообразие классификаций потребовало выработки собственных критериев с целью систематизировать вербальное взаимодействие в рамках исследуемой нами дискурсивной практики. Мы предлагаем свою рабочую классификацию стратегий, характерных для современного немецкоязычного медиадискурса.

### Контактные стратегии

Выбранные нами для языкового анализа *контактные стратегии* (мы останавливаемся на таком названии, поскольку они организуют внешнее пространство высказывания) имеют цель установить контакт с реципиентом. Следуя идее Ю. Хабермаса, что целью взаимодействия участников общения всегда будет координация действий [Хабермас 2001, с. 198], мы упорядочиваем стратегии по шкале — от наиболее кооперативных до наиболее конфронтационных. Это — *стратегия позитивной (само)презентации* (ориентир на положительные характеристики, как правило, собственные и отказ от

отрицательных оценок членов своей группы); *стратегия «преуменьшения»* (отправителем сообщения замалчиваются собственные недостатки и одновременно чужие достоинства); *конвенциональная стратегия* (строится по принципу договора между участниками коммуникации); *стратегия псевдоконвенции* (в отличие от предыдущей коммуникантами создается лишь видимость доверительных отношений между ними); *стратегия интенсификации* (подчеркиваются собственные достоинства, равно как чужие недостатки); *стратегия дискредитации* (установка на дискредитацию оппонента без упоминания каких-либо положительных моментов о нем).

Стоит, однако, помнить и учитывать тот факт, что стратегическое планирование, его реализация в процессе коммуникации и дальнейшее восприятие речи/сообщения адресатом могут в любой момент подвергнуться влиянию новых факторов, обстоятельств, особенно в рамках электронной медиасреды. Именно поэтому вербализация высказывания в современном немецкоязычном медиадискурсе представляется нам как сложный многокомпонентный процесс, составляющими которого будут отправитель, реципиент, текст электронной статьи и комментария, где взаимопонимание и достижение успешной коммуникации возможно благодаря взаимопроникновению различного рода стратегий.

Обратимся к лингвистическому анализу вербальных и невербальных способов реализации контактных стратегий, на которых построено интерактивное взаимодействие в исследуемой нами дискурсивной практике. Особенностью нашего исследования будет анализ текстов двух видов в комплексе: электронной статьи + электронного комментария, — названного нами ранее интерактивным парным комплексом [Черезова 2017, с. 141–153]. Параллельный анализ обоих текстов корпуса материала (3 статьи и 156 комментариев) дает возможность проследить стратегическое развитие всей программы общения и определить место и значение тех или иных стратегий для успеха интеракции.

Начнем со встречающейся практически в каждом электронном сообщении СМИ комбинации стратегий: позитивной (само)презентации и стратегии дискредитации. Их частотность легко объяснима идеологичностью исследуемой дискурсивной практики. Реализация указанных стратегий может происходить как по принципу наложения, так и интенсиональной смены.

Пример статьи:

Sie ist die erste westliche Regierungschefin, die seit Beginn der Proteste in Hongkong nach China reist. Wie sich Bundeskanzlerin Angela Merkel zu den Unruhen in der chinesischen Sonderverwaltungszone äußern würde, war *mit Spannung erwartet* worden.

In Peking mahnte sie eine friedliche Lösung der Spannungen in Hongkong an...

...Es gebe Anzeichen, dass die Regierungschefin in Hongkong nun einen Dialog ermögliche.

Примеры комментариев статьи/сообщения (орфография и пунктуация авторов сохранены):

a) **burgundy** heute, 08:49 Uhr

1. **Man muss nur fest dran glauben.**

Demokratie, Menschenrechte und Menschenleben haben eben auch einen Marktwert. Es hängt von den Prioritäten ab. Da allerdings hatten Geld, Macht und Sex schon immer die Nase vorn.

b) *phantasierender*... heute, 09:05 Uhr

## 2. merkel mahnt?

Mit was will sie den drohen? (SPIEGEL ONLINE, 06.09.2019).

В приведенном отрывке статьи мы наблюдаем, как отправитель сообщения делает явный акцент на исключительно положительную роль бундесканцлера в решении сложной политической задачи. Следовательно, можно заключить, что к стратегии позитивной (само)презентации плотно примыкает стратегия интенсификации, что в языковом плане можно заметить в выборе порядкового числительного в атрибутивной функции *die erste*. Сочетание с прилагательным *westliche* явно указывает на оппозиционный лагерь всех прочих западных держав. Интенсивно подчеркивается роль Ангелы Меркель в этом важном политическом событии не только выбором слов *mit Spannung erwartet*, но и графическим выделением данного сочетания в качестве гиперссылки, по которой реципиент может найти дополнительную, намеренно выбранную отправителем статьи информацию. Переплетение стратегий позитивной (само)презентации и стратегии интенсификации читается в следующих словосочетаниях *Es gebe Anzeichen, nun einen Dialog ermögliche*, где канцлеру Германии приписывается практически невыполнимая миссия, возложенная на нее одну, с которой по силам справиться лишь ей.

Примечательно, что столь позитивный настрой отправителя электронной статьи не находит такого же отклика у читательской аудитории. Предложение *In Peking mahnte sie... an...* (это вариация названия статьи) действует на публику в качестве раздражителя, так что позитивная (само)презентация оборачивается стратегией дискредитации личности политика и ее благих целей по восстановлению демократии и прав человека. Свою позицию и выбираемую стратегическую программу реципиенты обозначают с выбора псевдонима. Так, в примере *b phantasierender*... указывает на отсылку к тексту электронной статьи (слова *Anzeichen*, *apnahmen* одного тематического поля), на неприкрытую насмешку и графическое сопровождение в виде многоточия, обозначающего в электронной переписке процесс размышления. Развитию выбранной позиции служит заголовок комментария, выдающий явное недоверие реципиента по отношению к написанному в статье: имя канцлера напечатано (сложно сказать, намеренно или в рамках электронной среды в спешке, чтобы скорее написать о своем мнении) строчными буквами, ее действия подвергаются сомнению и критике, о чем мы узнаем в следующих друг за другом вопросительных предложениях. Реципиент из примера *a* менее эмоционален, но его утвердительные предложения также выдают сомнение в успехе выбранного политического курса. В противопоставлении рядов однородных членов можно угадать не только дискредитацию действий конкретного полити-

ка, но и всей политической системы в целом по отношению к человечеству и его ценностям.

Стратегическую программу участников коммуникации в немецкоязычном политическом медиадискурсе может также характеризовать смена стратегий. В следующем примере в электронной статье стратегия псевдоконвенции сменяется стратегией интенсификации, что выражено в языковом плане модальными глаголами (*wollen, sollen*), наречиями (*vermutlich, allerdings*), неоднократными повторами (*auch*) и отрицаниями (*nicht, keine*).

Пример статьи:

Eine Erhöhung steht bislang *nicht* bevor. Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg ...*will* vorerst abwarten. Er hatte *auch* bei seinem Besuch in Washington vergangene Woche *keine* Zugeständnisse gemacht.

...Obama *wolle vermutlich* Anfang kommender Woche... Neben der Entscheidung über weitere Soldaten *wolle er auch*...

Die Truppenaufstockung ist innerhalb des Kabinetts *allerdings* umstritten... Statt sich im Kampf gegen die Taliban aufzureiben, *sollten* sich die USA darauf konzentrieren, Al-Qaida-Terroristenauszuschalten. *Auch* der US-Botschafter in Kabul, Karl Eikenberry, der selbst ehemals Oberbefehlshaber am Hindukusch war, warnt vor mehr Soldaten.

Примеры комментариев статьи/сообщения (орфография и пунктуация авторов сохранены):

a) **Julia09**

#1 – 25. November 2009, 12:50 Uhr

Parlamentsarmee vs. GSVP

Wenn ich... richtig verstanden habe, dann gehen die Pläne einer Truppenaufstockung einher mit einer ganz rigiden Einmischung in die Art und Weise der afghanischen Regierungsführung.

... Ich bin sehr gespannt, ob die Politik das Rückgrat hat und vors Volk tritt und sagt: «Ja, wir müssen lasten zur Schaffung internationaler Sicherheit tragen und beschließen offen im Bundestag die Truppenaufstockung!» ...

b) **Atan**

#2 – 25. November 2009, 14:02 Uhr

Allgemeine Mobilmachung!

Schließlich wartet der mörderische Taliban ja nur darauf, sofort direkt zum Brandenburger Tor durch zu marschieren, die Hauptstadt zu brandschatzen, zu plündern und zu schänden!...

c) **Sozialarbeiter**

#3 – 25. November 2009, 16:49 Uhr

ja, wer sich auf Afghanistan ...

... Welch ein Ziel? In 8 Jahren wurde nicht geschafft Ordnung zu schaffen? Und der Widerstand wird immer stärker. Klar, wenn immer mehr zivile Personen zu Schaden kommen. Das schafft keine verbündeten, daß schafft Gegner, daß schürt Hass. Das kostet Geld, viel Geld. Noch mehr Tote, noch mehr Verstümmelte, Verwundete und Traumatisierte... (ZEIT ONLINE, 25.11.2009).

В приведенных комментариях мы можем наблюдать, что реакция реципиента оказалась иной, нежели это предполагалось отправителем электронного сообщения, который заложил определенную стратегическую программу. В текстах вторичной языковой деятельности (их всего три к данной статье) читательская аудитория придерживается мнения о выбранной газетой стратегии «преуменьшения», которую угадывают комментаторы. Например, в тексте *a Julia09* выбирает условное придаточное предложение для формулировки своего предположения о реальном положении дел (*Wenn ich... richtig verstanden habe...*), что также подтверждает оценочное суждение *ganz rigiden Einmischung*.

Выбранную комментатором стратегию дискредитации можно обнаружить в следующем предложении в этом же примере, где автор явно дистанцируется от сообщаемого политиками и выражает недоверие с помощью прямого цитирования. Автор комментария *b* выбрана стратегия интенсификации для выражения собственных мыслей на основе прочитанного в статье. Часть предложений, включая заголовок, содержат восклицание, неприкрытый призыв с элементами сарказма. Стратегический план читается также и в выборе обратного порядка слов, наречий (schließlich, sofort), частиц (ja, nur), прилагательного с оценочным значением (mörderisch) и ряда однородных членов (инфинитивы durchzumarschieren, zu brandschatzen, zu plündern und zu schänden). И наконец, в комментарии *c* пересекаются стратегия дискредитации и стратегия интенсификации. Умалчиваемые политиками Германии промахи обозначаются с новой силой. Реализовать свою позицию реципиенту помогают на синтаксическом уровне риторические вопросы, повторы (immer, Geld, noch mehr), параллелизм (Das schafft keine verbündeten, daß schafft Gegner, daß schürt Hass), ряд однородных членов (Verstümmelte, Verwundete und Traumatisierte). В лексическом плане можно заметить яркий контраст, когда единицы с положительной или нейтральной коннотацией (Ziel, Ordnung) сменяются словами с отрицательной или оценочной коннотацией (Widerstand, Schaden, keine verbündeten, Gegner, Hass, Geld, Tote, Verstümmelte, Verwundete, Traumatisierte).

В ходе анализа мы заметили, что не все рассматриваемые немецкоязычные онлайн-издания настроены на открытый диалог с реципиентами. Как мы видели выше в примерах из газеты ZEIT ONLINE и журнала SPIEGEL ONLINE, их редакция в общем доступе разрешает вести полемику о событиях, публикуемых в СМИ, причем комментарии следуют/размещаются непосредственно за статьей. Совсем иная позиция замечена в газете Süddeutsche Zeitung, которая до 2016 г. также предоставляла своим читателям право дискутировать на своем портале открыто, как и другие издания. Теперь же редакция ограничивает круг лиц, участвующих в дискуссии (четко прописаны условия вступления в диалог на сайте), и перечень тем, которые могут обсуждаться публично. Специально для этих целей с октября 2016 г. была создана рубрика Ihr Forum, позже переименованная и ныне существующая как Leserdiskussion. В данной политике издания можно угадать стратегию псевдоконвенции, поскольку для читателя заранее определено, что, с кем, что и каким образом можно обсуждать только в рамках заданной тематики.

Рассмотрим подробнее, как происходит реализация стратегической деятельности в комплексе «статья – комментарий».

Пример статьи:

Was halten Sie von Tirols Straßensperrungen?

Seit Donnerstag hat Tirol ein Fahrverbot für «Stau-Ausweichler» und Mautvermeider verhängt. Die Sperrungen verstoßen «gegen den Grundsatz des freien Warenverkehrs in der EU», heißt es aus dem Bundesverkehrsministerium.

Примеры комментариев статьи/сообщения (орфография и пунктуация авторов сохранены):

**a) stedis** • vor 2 Monaten • edited

...Nur, um nicht missverstanden zu werden: ich finde die Maut gut und die Pflicht zur Autobahnnutzung auch...

**b) Christian\_AT** → stedis • vor 2 Monaten • edited

Ihre Aussage ist schlicht falsch oder sogar GELOGEN

... hier im Detail:

<https://www.tirol.gv.at/ver...>

**c) stedis** → **Christian\_AT** • vor 2 Monaten

Verstehe. Man wird gar nicht auf mautpflichtige Autobahnen gezwungen. Da fragt man sich, warum das der Presse überhaupt eine Meldung Wert ist (Süddeutsche Zeitung, 24.06.2019).

В приведенном примере статьи (ее формат также был подстроен под требования времени – мало читающая аудитория, готовая в любой момент рассуждать о собственной позиции) можно заметить наложение конвенциональной стратегии, настраивающей реципиента на обмен мнениями по обсуждаемому вопросу, и стратегии дискредитации, выраженной в языковом плане в цитировании оппонента «Stau-Ausweichler». Противостояние сторон угадывается также в выборе конструкций с противоположным значением (hat... ein Fahrverbot... verhängt → Die Sperrungen verstoßen «gegen...»). Читателю предлагается выбор, кого поддержать в данном вопросе. Именно поэтому часть реципиентов поддерживает австрийское правительство, другие остаются верными позиции министерства транспорта Германии. Так, комментатор в примере *a* с некоторой оговоркой (um nicht missverstanden zu werden) поддерживает идею Тироля о введении дорожной пошлины, что встречает резкое негодование со стороны других участников дискуссии. В примере *b* Christian\_AT уже в заголовке своего комментария выражает несогласие с первым комментатором с помощью оценочного суждения (schlicht falsch oder sogar GELOGEN). Частицы несут усиливающую эмоциональную нагрузку, кроме того последнее слово дополнительно выделяется графически, чтобы оказать необходимое воздействие (стратегия дискредитации оппонента). В подтверждение своей позиции Christian\_AT приводит ссылку на источник, которому он доверяет и с которым могут ознакомиться в открытом доступе другие читатели. В ответе негативно настроенному собеседнику в примере *c* мы можем угадать конвенциональную стратегию, где stedis (он же выступал в первом комментарии) соглашается с позицией своего оппонента в достаточно лаконичной форме (Verstehe. Man wird gar nicht auf mautpflichtige Autobahnen gezwungen). Примечательно, что после этого комментатор переводит дискуссию в совершенно иную плоскость, замыкая ее на интенциональном выборе вопроса обсуждения со стороны редакции газеты (Da fragt man sich, warum das der Presse überhaupt eine Meldung Wert ist).

### Заключение

Итак, в ходе дискурсивного анализа практики немецкоязычных СМИ мы пришли к выводу, что стратегическая деятельность в выбранном поле исследования представляет собой сложный многокомпонентный процесс, одинаково реализуемый в электронной среде как отправителем первоначального продукта (статьи), так и создателем вторичного продукта (комментария), возникающего при обсуждении опубликованного текста в сети Интернет. Стратегическая программа в комплексе «статья – комментарий» может включать наложение, смену или подмену контактных стратегий, выведенных в собственную авторскую классификацию и градуированных по шкале «кооперативная – конфронтационная». Результаты проведенного анализа позволяют утверждать, что все стратегии получают выражение на стилистико-синтаксическом и лексико-грамматическом уровне немецкого языка, более того, отправитель и реципиент зачастую прибегают к невербальным средствам для реализации выбранного ими стратегического курса.

### Источники фактического материала

ZEIT ONLINE – Afghanistan: USA fordern von Nato-Partnern mehr Soldaten // *ZEIT ONLINE*. 25.11.2009. URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2009-11/afghanistan-usa-truppen> (accessed 09.09.2019).

SPIEGEL ONLINE – Chinabesuch: Merkel mahnt friedliche Lösung für Hongkong an // *SPIEGEL ONLINE*. 06.09.2019. URL: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/kanzlerin-angela-merkel-mahnt-friedliche-loesung-fuer-hongkong-an-a-1285514.html> (accessed 09.09.2019).

Süddeutsche Zeitung – Leserdiskussion: Was halten Sie von Tirols Straßensperrungen? // *Süddeutsche Zeitung*. 24.06.2019. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/tirol-maut-strassensperrung-oesterreich-1.4496623> (accessed 09.08.2019).

### Библиографический список

Dijk 2005 – *Dijk T.A. van. Ideology and discourse. A Multidisciplinary Introduction*. Barcelona: Pompeu Fabra University, 2005. 118 p. URL: <http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/Ideology%20and%20discourse.pdf> (accessed 09.09.2019).

Вознесенская 2010 – *Вознесенская Ю.В. Речевые стратегии конфликта в немецкой политической коммуникации: на материале парламентских дебатов в Бундестаге: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2010. 185 с.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19235300> (дата обращения: 09.09.2019).

Горбачев 2001 – *Горбачев Е.В. Семантические стратегии предвыборной коммуникации в ФРГ (на материале сообщений для прессы фракции ХДС/ХСС в Бундестаге 1998 г.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2001. 18 с.* URL: <http://cheloveknauka.com/semanticheskie-strategii-predvybornoy-kommunikatsii-v-frg>.

Иссерс 2008 – *Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24003084> (дата обращения: 09.09.2019).

Каракулова 2016 – *Каракулова С.Ш. Реализация митигативной стратегии смягчения оценки в интервью с немецкими политиками // Научный диалог. 2016. № 2 (50). С. 52–62.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25509984> (дата обращения: 09.09.2019).

Киселев 2012 – *Киселев А.Ю. Адресные стратегии в научно-популярном дискурсе (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2012. 22 с.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30364477> (дата обращения: 09.09.2019).

Крячкова 2015 – *Крячкова А.П. Реализация стратегии дискредитации оппонента в политических дебатах немецкого Бундестага // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 10–1(52). С. 89–92.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24155621> (дата обращения: 09.09.2019).

Лапшина 2009 – *Лапшина А.Ю. Коммуникативная стратегия неявного управления в межжанровом пространстве нарративного интервью: на материале немецкого языка: дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2009. 187 с.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=16192373> (дата обращения: 09.09.2019).

Синеокая 2019 – *Синеокая Н.А. Маскулинные коммуникативные стратегии и тактики (на материале интервью женщин-политиков в Германии) // Верхневолжский филологический вестник. 2019. № 1. С. 115–122.* DOI: 10.24411/2499-9679-2019-10321.

Туманова 2016 – *Туманова Г.А. Коммуникативная стратегия убеждения и особенности ее реализации в политическом дискурсе (на материале русского и немецкого языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 22 с.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30431363> (дата обращения: 09.09.2019).

Филинский 2002 – *Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999–2000 гг.: дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2002. 163 с.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19181823> (дата обращения: 09.09.2019).

Хабермас 2001 – *Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2001. 381 с.* URL: [https://vk.com/doc182701393\\_343827483](https://vk.com/doc182701393_343827483).

Черезова 2017 – *Черезова М.А. Интерактивный парный комплекс в электронных СМИ ФРГ // Научный диалог. 2017. № 8. С. 141–153.* DOI: 10.24224/2227-1295-2017-8-141-153.

Шейгал 2000 – *Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.* URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19666928>.

### References

Dijk 2005 – *Dijk T.A. van. Ideology and discourse. A Multidisciplinary Introduction*. Barcelona: Pompeu Fabra University, 2005, 118 p. Available at: <http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/Ideology%20and%20discourse.pdf> (accessed 09.09.2019) [in English].

Voznesenskaya 2010 – *Voznesenskaya Ju.V. Rechevye strategii konflikta v nemetskoj politicheskoj kommunikatsii: na materiale parlamentskikh debatov v Bundestage: dis. ... kand. filol. nauk* [Conflict Speech Strategies in German Political Communication: Based on the Bundestag Parliamentary Debate: Candidate's of Philological sciences thesis]. SPb., 2010, 185 p. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19235300> (accessed 09.09.2019) [in Russian].

- Gorbachev 2001 – *Gorbachev E.V. Semanticheskie strategii predvybornoi kommunikatsii v FRG (na materiale soobshchenii dlya pressy fraktsii KhDS/KhSS v Bundestage 1998 g.): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Semantic strategies for campaign communication in Germany (based on press releases from the Christian Democratic Union / Cristian Social Union faction in the Bundestag in 1998): author's abstract of Candidate's of Philological Sciences thesis]. Samara, 2001, 18 p. Available at: <http://cheloveknauka.com/semanticheskie-strategii-predvybornoy-kommunikatsii-v-frg> [in Russian].
- Issers 2008 – *Issers O.S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi: monografiya* [Communicative strategies and tactics of Russian speech: monograph]. M.: Izd-vo LKI, 2008, 288 p. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24003084> (accessed 09.09.2019) [in Russian].
- Karakulova 2016 – *Karakulova S.Sh. Realizatsiya mitigativnoi strategii smygcheniya otsenki v interv'yu s nemetskimi politikami* [Realization of Mitigative Strategy of Estimation Mitigation in Interviews with German Politicians]. *Nauchnyi dialog* [Scientific Dialogue], 2016, no. 2 (50), pp. 52–62. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25509984> (accessed 09.09.2019) [in Russian].
- Kiselev 2012 – *Kiselev A.Yu. Adresnye strategii v nauchno-populyarnom diskurse (na materiale nemetskogo yazyka): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Address strategies in popular science discourse (based on German language material): author's abstract of Candidate's of Philological sciences thesis]. Samara, 2012, 22 p. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30364477> (accessed 09.09.2019) [in Russian].
- Kryachkova 2015 – *Kryachkova A.P. Realizatsiya strategii diskreditatsii opponenta v politicheskikh debatakh nemetskogo Bundestaga* [The Realization of Opponent Discrediting Strategy in Political Debates of the German Bundestag]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Issues of Theory and Practice], 2015, no. 10–1(52), pp. 89–92. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24155621> (accessed 09.09.2019) [in Russian].
- Lapshina 2009 – *Lapshina A.Yu. Kommunikativnaya strategiya neyavnogo upravleniya v mezhzhanrovom prostranstve narrativnogo interv'yu: na materiale nemetskogo yazyka: dis. ... kand. filol. nauk* [Communicative strategy of implicit control in the intergenre narrative interview: on the material of the German language: Candidate's of Philological Sciences thesis]. Samara, 2009, 187 p. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=16192373> (accessed 09.09.2019) [in Russian].
- Sineokaya 2019 – *Sineokaya N.A. Maskulinnye kommunikativnye strategii i taktiki (na materiale interv'yu zhenshchin-politikov v Germanii)* [Masculine Communication Strategies and Tactics in the Female Political Discourse (on the example of Women Politicians' Interviews in Germany)]. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik* [Verkhnevolzhski philological bulletin], 2019, no. 1, pp. 115–122. DOI: 10.24411/2499-9679-2019-10321 [in Russian].
- Tumanova 2016 – *Tumanova G.A. Kommunikativnaya strategiya ubezhdeniya i osobennosti ee realizatsii v politicheskom diskurse (na materiale russkogo i nemetskogo yazykov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Communicative strategy of persuasion and features of its realization in political discourse (based on Russian and German languages): author's abstract of Candidate's of Philological sciences thesis]. M., 2016, 22 p. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30431363> (accessed 09.09.2019) [in Russian].
- Filinskii 2002 – *Filinskii A.A. Kriticheskii analiz politicheskogo diskursa predvybornykh kampanii 1999–2000 gg.: dis. ... kand. filol. nauk* [Critical analysis of the political discourse of the election campaigns of 1999–2000: Candidate's of Philological sciences thesis]. Tver, 2002, 163 p. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19181823> (accessed 09.09.2019) [in Russian].
- Habermas 2001 – *Habermas Jü. Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deistvie* [Moral consciousness and communicative action]. SPb.: Nauka, 2001, 381 p. Available at: [https://vk.com/doc182701393\\_343827483](https://vk.com/doc182701393_343827483) [in Russian].
- Cherezova 2017 – *Cherezova M.A. Interaktivnyi parnyi kompleks v elektronnykh SMI FRG* [Interactive Paired Complex in Electronic Medias of the Federal Republic of Germany]. *Nauchnyi dialog* [Scientific Dialogue], 2017, no. 8, pp. 141–153. DOI: 10.24224/2227-1295-2017-8-141-153 [in Russian].
- Sheigal 2000 – *Sheigal E.I. Semiotika politicheskogo diskursa: monografiya* [Semiotics of Political Discourse: monograph]. Volgograd: Peremena, 2000, 368 p. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19666928> [in Russian].