

МОДЕЛИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА

Е. И. Ядченко (Минск, БГУ)

РЕКОНСТРУКЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В ДИСКУРСЕ ТУРЕЦКИХ МИГРАНТОВ, ПРОЖИВАЮЩИХ В ГЕРМАНИИ

В своем выступлении автор обращается к проблеме реконструкции дискурс-категории «коммуникативная стратегия», реализованной в речи мигрантов, т. е. индивидов, получивших опыт поликультурной социализации. Проведенное исследование выполнено в русле лингвистики дискурса и базируется на материале глубинных интервью с турецкими мигрантами второго поколения, проживающими в Германии. Автор рассматривает идентичность мигранта как совокупность вербализованных в речи социокультурных характеристик и предлагает возможности ее реконструкции лингвистическими методами.

Одним из новых направлений в исследовании языка и мышления стал в последние десятилетия дискурс-аналитический подход. Объектом исследования дискурсивной лингвистики выступает дискурс – совокупность тематически и функционально объединенных между собой текстов – в социальном контексте, в единстве его «контентной» (собственно содержательной) и контекстной (ситуационной) составляющих [1; 2]. В такой перспективе содержание дискурса представляет собой феномен, выходящий за рамки текстового пространства как объективного данного. А основным методом его изучения становится *реконструкция* с учетом как лингвистических, так и экстралингвистических, прагматических, социокультурных, психологических и других параметров. При этом метод реконструкции в целом можно представить как восстановление объективной реальности на основе изучения текстов, то есть выявление того, что существовало до текста и что получило в нем отражение. Таким образом, реконструкция экстралингвистических данных является необходимым условием глубинной интерпретации языковых знаков, реализованных в текстовом пространстве. Такие аспекты, как ситуативный контекст, социокультурный контекст и даже транскультурный контекст, становятся компонентом содержания дискурса.

Объектом нашего исследования выступает *дискурс мигрантов*. Под ним мы понимаем совокупность дискурсивных индивидов, получивших опыт социализации в нескольких культурах вследствие миграции и объединенных общей коммуникативной целью. Специфика данного дискурса заключается в его адресат-ориентированной природе. Иначе, дискурс мигрантов создается не сам по себе, а изначально нацелен на некоего совокупного адресата, моделируемого в сознании всех индивидов, объединенных общими социокультурными характеристиками.

Вплетая лингвистическое исследование в более широкую парадигму социального знания, дабы максимально точно интерпретировать речевые факты, реализованные в дискурсе, мы, так или иначе, попадаем в междисциплинарное поле и нуждаемся в социальной теории, которая бы задала нам направление исследования. В качестве такой вспомогательной социальной теории мы предлагаем теорию Критического дискурс-анализа, разработанную в рамках Дуйсбургской школы дискурса [3; 4]. С позиции данного подхода социальная реальность не задана извне, а конституируется индиви-

дами посредством дискурсов, то есть изначально имеет дискурсивную природу. Дискурсивная реальность создает предпосылки для субъектообразования, формирования идентичности. Как правило, общественные дискурсы конституируются в СМИ и содержат в себе оценку событий и явлений, в том числе и направленных на мигрантов. В таком прочтении любой индивид становится «вплетенным» в дискурсивный контекст, формирует свою идентичность при помощи дискурсов [4]. Мигрант как носитель различных дискурсов вращается в «дискурсивном сплетении» [5, S. 43] и действует, исходя из представлений, в нем заложенных. Знание, представленное в дискурсах, предлагает ему образцы интерпретации действительности, задает параметры того, что является правильным, а что ложным. То есть, какие-то оценки он принимает, какие-то отвергает (рисунок).



В контексте исследования дискурса мигрантов принятие либо отвержение оценки, содержащейся в дискурсах, в которые вплетен индивид, мы называем коммуникативной стратегией.

Описание социально-дискурсивного контекста. Турецкие мигранты появляются в Германии в 60-х годах как трудовые мигранты, приглашенные Германией для работы в горнодобывающей промышленности. Сегодня в Германии проживает 1,4 млн граждан, имеющих турецкие корни (мигранты второго и третьего поколения).

В дискурсе турецких мигрантов, проживающих в Германии, реализуется целый ряд коммуникативных стратегий, рассмотрим некоторые из них.

Стратегия сравнения Германии и Турции. Будучи индивидами, социализированными в двух культурах, турецкие мигранты актуализируют в своем дискурсе сравнение обеих культур. Так, пространство Турции сопряжено с такими характеристиками, как неэффективная работа полиции (...*die Polizei nicht so gut wie in Deutschland da durchgreift*), гомофобия на обыденном и институциональном уровне (*wenn du in der Öffentlichkeit mit einem Mann ein bisschen komisch aussiehst... Polizei würden dich zusammenschlagen*), наличие в обществе бедных слоев населения (*du siehst da, in der Türkei, viel mehr Leute, die ein bisschen ärmlicher sind*), хаотичность дорожно-транспортного движения (*Da kommen Autos, die Menschen gehen trotzdem über die Straße, die laufen einfach ganz frei darüber, das Auto muss wirklich für die anhalten*). Пространству Германии приписываются такие характеристики, как хорошая медицина

(*das Gesundheitssystem in Deutschland ist an der Weltspitze*), дисциплина на дорогах (*dass man das wirklich diszipliniert das durchzieht und nicht unbedingt so korrupt ist*), высокие технологии (*die Technologie nicht so gut, wie in Deutschland*) и т. п.

Стратегия эмоционального позиционирования в определенном культурном пространстве. В дискурсе турецких мигрантов данная стратегия реализуется двояко. При этом гипотеза о том, что первое поколение мигрантов, которое родилось и получило первичную социализацию в Турции, будет больше эмоционально привязывать себя к пространству Турции, а мигранты второго поколения – к пространству Германии, не получила подтверждения. Напротив, эмоциональное позиционирование респондентов связано, скорее, со степенью успешности их профессиональной социализации в немецком обществе и социальным их статусом, а вместе с тем и положительными либо отрицательными эмоциональными переживаниями в пространстве Германии. Так, многие из респондентов определяют Германию как страну, в которой они так и остались непринятыми, несмотря на то, что они родились и выросли в ней (*fühlen sich nicht richtig angenommen oder gar zu Hause*), позиционируют себя как гости (*Ich bin in Deutschland immer noch ein Gast*). Турция же актуализируется в дискурсе как этническая родина, дом (*weil ich mich da zu Hause fühle*). При этом в дискурсе наблюдается релятивирование таких важных ценностей, сопряженных с пространством Германии, как материальный достаток (*die Arbeit ist nicht dein ganzes Leben*), правовое государство и демократия (*Welche Rechte gibt es hier in Deutschland, die es in der Türkei nicht gibt?*).

Фактор «непринятия немецким обществом меня как турка» выступает ключевым в сценарии географической локализации себя в пространстве Турции в будущем (*Ich will meine Rente in der Türkei verbringen. In Deutschland definitiv nicht*). Пространство Германии сопряжено с такими эмоциональными характеристиками, как обида, разочарование от бесполезного стремления стать своим (*Wenn ich in 50 Jahren nicht geschafft habe, Deutscher zu werden, warum soll ich jetzt versuchen noch weiter, Deutscher zu werden?*), несмотря на все усилия (*Ich hab mein Bestes gegeben, ich hab mein Leben gelassen*). При этом значение немецкого паспорта как гаранта принятия себя немецким обществом релятивируется (*Der Pass ist da, okay, alles andere ist nicht da*).

Важной особенностью в реализации данной стратегии является саморепрезентация посредством коллективного субъекта «мы», формирование конструкта нации как культурного сообщества, объединенного общим душевным переживанием. Показательно, что в реализации данной коммуникативной стратегии в дискурсе очень широко используются образные обороты речи и эмоционально-оценочная лексика. Так, вынужденный отказ от турецкого паспорта и принятие немецкого паспорта как единственного возможного вербализуется в образе сердца, которое вырвали из груди, а вместо него вставили искусственное сердце (*Das ist dann so wie „Gut, wir reißen jetzt dein Herz raus, kannst du ja gerne Ersatzherz haben, dann bist du Deutscher, bitte schön“*). А принуждение к выбору только одного паспорта – немецкого либо турецкого – реализуется в виде метафоры «приставить пистолет к горлу с призывом самоопределения» (*... diese Pistole auf die Brust setzen und sagen: „Los, entscheide dich!“*).

Стратегия самоидентификации как гибрида. В ряде случаев в реализации стратегии самоидентификации присутствует значение «разорванность, двойственность». Данное значение актуализуется в теме «Повседневная жизнь», когда респондент гармонично вписывает в свое пространство реалии Германии и Турции, отказываясь выбрать для себя только один набор (*Ich kann ohne Domspitze zu sehen nicht leben. Auch ohne Türkei besuchen auch nicht*).

Разорванная самоидентификация турецких мигрантов второго поколения формируется под влиянием значения «непринятие меня как своего», присутствующего в общественных дискурсах как Германии, так и Турции (*Da in der Türkei bin ich ein Deutscher, hier bin ich ein Türke*). В качестве аргумента своей отчужденности от турецкого общества турецкие мигранты приводят определение *Almanci*, иначе ‘германец’, ‘живущий в Германии’ – так в Турции обозначают этнических турков, проживающих в Германии. Именно этим фактом в дискурсе объясняется кризис идентичности многих турецких мигрантов второго и третьего поколений, замкнутость в своем пространстве, асоциальный образ жизни (*Vor allem bei Jugendlichen in der Selbstfindungsphase kann das ein Problem sein, denn sie fühlen sich nirgendwo dazugehörig und können dadurch auch ein Identitätsproblem entwickeln*).

Стратегия налаживания компромисса между немецкой и турецкой культурой. Самоидентификация себя как культурного гибрида выступает в дискурсе турецких мигрантов предпосылкой для интеграции обоих культурных пространств в одно общее пространство, которое, с одной стороны, формируется немецкими и турецкими культурными характеристиками, а с другой стороны, развивает новые характеристики, ранее не присутствующие ни в одном из культурных пространств. При этом селекция немецких и турецких характеристик, которые избираются индивидами в качестве базовых для нового гибридного пространства, осуществляется на основе признака «лучший, отменный» (*Und was hast du von einer Kultur und was von der anderen? – Das beste von beiden*). При этом, как и в случае с выбором национального паспорта, в дискурсе реализуется стратегия «возмущение по поводу необходимости выбора только одной идентичности» (*Und ich verstehe nicht, warum man halt etwas ablehnen sollte, um etwas anderes aufzunehmen*) и призыв к взаимопониманию и взаимному принятию (*Man sollte von den beiden Seiten vielleicht einen Schritt machen, dann würde es schon ganz anders gehen*).

Стратегия уравнивания некоторых аспектов развития Германии и Турции. Данная коммуникативная стратегия реализуется как ответ на реализуемую в СМИ критику слабого экономического развития азиатских стран, а также консерватизма мусульманского общества. Соответственно, эталоном развития выступает Германия и немецкое общество. В дискурсе турецких мигрантов только в нескольких случаях данный эталон ставится под сомнение (например, в релятивировании приоритета материального достатка по сравнению с психологическим комфортом). В остальных случаях в дискурсе актуализируется стратегическое стремление соответствовать данному эталону, акцентируется прогресс европеизации турецкого общества. Например, в ряде случаев делается акцент на неравномерном развитии Восточной Турции как более консервативной, и Западной Турции как более развитой и прогрессивной. При этом Западная Турция приравнивается по своему развитию к Германии

и получает позитивную оценку респондента (*Der Osten ist noch ein bisschen älter, traditioneller, aber die Mitte, Westen, also der größte Teil, da ist es echt wie in Deutschland, Mädchen laufen so herum, die sieht einfach keiner*).

Стратегическое стремление соответствовать Германии по уровню развития реализуется в дискурсе не только по отношению к положительным явлениям, но и к отрицательным, например, употребление большого количества алкоголя (*In der Türkei wird auch viel Alkohol getrunken, da gibt es in den Kneipen auch alles Mögliche*). А в некоторых случаях присутствие в турецком обществе признаков свободы и раскрепощенности в большем количестве, чем в немецком, даже выступает признаком гордости, например, наличие нательных татуировок и пирсинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дейк, Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
2. Ухванова-Шмыгова, И. Ф. Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов / И. Ф. Ухванова-Шмыгова, А. А. Маркович, В. Н. Ухванов ; под общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Минск : Технопринт, 2002. – Вып. 3. – 360 с.
3. Diskurslinguistik nach Foucault : Theorie und Gegenstände / Hrsg. I. H. Warnke. – Berlin ; N. Y. : Walter de Gruyter, 2007. – 278 S.
4. Jäger, S. Kritische Diskursanalyse: Eine Einführung / S. Jäger. – Duisburg : DISS Studien, 2001. – 408 S.
5. Lexikon Kritische Diskursanalyse. Eine Werkzeugkiste / Hrsg.: S. Jäger, J. Zimmermann. – Münster : Unrast, 2010. – 144 S.

The study was carried out as part of the discourse linguistics and is based on in-depth interviews with second-generation Turkish migrants living in Germany. The authoress considers the problem of reconstructing the discourse category “communicative strategy” implemented in the speech of migrants – individuals with experience of multicultural socialization. The authoress considers the identity of the migrant as a combination of socio-cultural characteristics verbalized in the speech, she offers the possibility of its reconstruction using linguistic methods.