

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ЦИФРОВОГО МИСТЕЦТВА

У широкому сенсі комунікативна стратегія розуміється як особлива задача мови, що позначається практичною спрямованістю адресанта. Комунікативні стратегії виступають як посередники, що зв'язують когнітивний рівень мовної особистості з вербальним і прагматичним (мотиваційним) [1, с. 55].

Звернемося до британського сайту «DigitalArts», головні комунікативні стратегії якого представлені у наступному уривку: «Digital Arts addresses the needs of those within the exploding digital media market by providing relevant and forward thinking content, and by consistently running more exclusive reviews and features than any other website in the market. Digital Arts consistently delivers high-quality content, providing its professional readership with the latest news and reviews first...» [2].

У якості реалізації задуму виступає подача інформації у вигляді цифрового простору, яка звертається до візуалізованих компонентів і дискурсивних стратегій. Схема аналізу комунікативної стратегії ґрунтується на певних параметрах комунікативної ситуації.

1. Інформація про майбутню комунікативну подію та його мету. В розділі «News» можна знайти статтю «The Best Art and Design Conferences of 2019/2020» [3], яка подає інформацію (мету та предметні напрямки, яким приділяється особлива увага) про майбутні події 2019 і 2020 років.

2. Позиції в майбутньому діалозі (концепції адресанта і адресата). Адресатом сайту «DigitalArts» є певна цільова аудиторія – художники цієї області, дизайнери або непрофесіонали, які хочуть отримати цікаву для них інформацію пов'язану з цифровим мистецтвом. Адресантом, як зазначено на сайті в розділі «Contact», є представники цього сайту.

3. Установки того, хто говорить і слухає на рамки спілкування. У прикладі «London Illustration Fair. November 29 – December 1 2019. London, UK» [3], рамками будуть часовий проміжок (29.11.19 – 01.12.19) та місце проведення «London, UK».

4. Умови успішності комунікативної тактики. Пропозиція дізнатися більше – «Find out more», зв'язатися з представниками сайту – «Contact».

5. Перлокутивні ефекти (комунікативний успіх). Тексти сайту надають певний вплив на почуття, думки або дії потенційного адресата, що є

перлокуцією. Так, наприклад, адресату пропонується конференція «Design Indaba» в списку майбутніх подій: «Often lauded as the Best Conference in the world, Design Indaba has become a respected institution on the global creative landscape», де суперлатив «the best» володіє перлокутивним ефектом.

6. Комунікативні ходи і їх мовні маркери. Відзначимо аттрактивність наступних комунікативних компетенцій: «a dreamy list of creative clients», «to create eye popping design and illustration», «amazing posters», «a poster-making workshop», «iconic colourful style», які є мовними маркерами-аттракторами, покликаними «заманювати» потенційного адресата.

Крім вище зазначеного, тексти цифрового мистецтва представляють собою гіпертекст, що дозволяє читачеві, переходячи по посиланнях, знайомитися з описом майбутніх подій, нових технологій, програм, тематичними текстами з різних оглядів, фотографіями та іншою інформацією, що надається сайтом. Наприклад, перейшовши за спонукальним гіперпосиланням «Find out more» зображення з заголовком «London Illustration Fair», можна побачити вичерпний опис ярмарки ілюстрацій в Лондоні.

Можна виділити текстові та образотворчі гіперпосилання. Текстові гіперпосилання будуються на основі словесних компонентів і часто складаються тільки з вироблених одиниць. Образотворчі гіперпосилання включають: фотографії, картинки і піктограми програм, шрифтові або колірні виділення, рамкове оформлення тощо. Крім цього, текстові та образотворчі посилання в Інтернеті найчастіше об'єднані, це робить сторінки більш привабливими і яскравими. Також, на сайті представлені гіперпосилання, що можна об'єднати в наступні групи в залежності від їх цільового призначення: сервісні, комунікаційні та контент-посилання.

Отже, доцільним вбачається детальне вивчення гіпертексту та гіперпосилань та їх особливостей, тому що вони являються невід'ємною рисою структури дискурсу цифрового мистецтва та обладують певною функціональністю. Також, гіперпосилання слугує вербальним та невербальним компонентом дискурсу цифрового мистецтва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О. С. Иссерс. – М. : Едиториал, 2003. – 284 с.
2. DigitalArts. About [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.digitalartsonline.co.uk/about/>.
3. DigitalArts. The Best Art and Design Conferences of 2019/2020 [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.digitalartsonline.co.uk/news/creative-business/best-art-design-conferences-2020/>.