О.В. ЛУТОВИНОВА
(Волгоград)

КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО ВИРТУАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

Рассматриваются коммуникативное пространство нового типа языковой личности (виртуальной) как тесно связанное с ее мотивационным уровнем и отражающее ее прагматические характеристики, а также возможные направления в изучении данного феномена.

Ключевые слова: *виртуальный дискурс, языковая личность, виртуальная языковая личность, коммуникативное пространство, дискурсивные характеристики.*

Начиная с 1980-х гг. в лингвистике прочно закрепился конструкт языковой личности, предложенный Ю.Н. Карауловым, и сегодня языковая личность рассматривается с позиции ее трехуровневой организации, «состоящей из вербально-семантического, или структурно-системного, лингвокогнитивного, или тезаурусного, и мотивационного уровней» [2, с. 51]. Данная модель вполне применима и к исследованию языковой личности, погруженной в новое коммуникативное пространство, возникшее в связи с появлением и активным использованием новых информационных технологий.

Здесь следует отметить, что коммуникативное пространство Интернета настолько неоднородно, что позволяет говорить о возникновении на его основе различных типов дискурса, таких как интернет-дискурс, сетевой дискурс, компьютерный дискурс, виртуальный дискурс и т.п. Тот факт, что языковая личность формируется и проявляется в общении, является очень важным для рассмотрения ее в рамках какого-либо вида дискурса, где она представляет собой «срединное звено между языковым сознанием – коллективным и индивидуальным активным отражением опыта, зафиксированного в языковой семантике, с одной стороны, и речевым поведением – осознанной и неосознанной системой коммуникативных поступков, раскрывающих характер и образ жизни человека, с другой стороны» [1, с. 100]. Целью данной статьи является рассмотрение коммуникативного пространства нового типа языковой личности, виртуальной, представляющей собой языковую личность того или иного участника виртуального дискурса, характеризующуюся смещенной реальной идентичностью в виртуальной среде.

Коммуникативное пространство языковой личности тесно связано с мотивационным уровнем, отражающим ее прагматические характеристики, и представляет собой «совокупность сфер речевого общения, в которой определенная языковая личность может реализовать в соответствии с принятыми в данном социуме языковыми, когнитивными и прагматическими правилами необходимые потребности своего бытия» [3, с. 113]. В связи с этим исследователей виртуального коммуникативного пространства будут интересовать следующие основные направления: 1) само виртуальное коммуникативное пространство как таковое, которое создается и используется личностью; 2) виртуальная языковая личность как специфический тип адресата и адресанта, погруженный в виртуальное коммуникативное пространство и имеющий определенные прагматические характеристики.

При исследовании виртуального коммуникативного пространства в поле зрения ученых попадут 1) гипертекст как способ организации виртуального коммуникативного пространства; 2) новая социокультурная среда, влияющая на изменение ценностей и целей виртуальной языковой личности; 3) жанровая деятельность виртуальной языковой личности. Гипертекст является текстом специфической структуры, представляющим информацию в виде связанной сети гнезд, соединенных между собой нелинейными отношениями в многомерном пространстве. К основным характеристикам гипертекста, отличающим его от текста, относятся фрагментарность (информация представляется в виде гнезд, текст состоит из звеньев-фрагментов, и начать его чтение можно с любого звена), нелинейность (двигаться в пространстве текста можно в направлениях, не ограниченных одной плоскостью), бесконечность (гипертекст невозможно прочесть целиком, а понятие его границ субъективно), разнородность (гипертекст – носитель множественной информации, что обусловливается отсутствием четко заданных границ и центра и, следовательно, вариативностью понимания), интерактивность (реципиент является не только потребителем готового продукта,

© Лутовинова О.В., 2012

он сам выбирает тот путь, по которому пойдет в процессе восприятия гипертекста, т.е. становится и его творцом).

В процессе восприятия гипертекста привычное чтение заменяется браузингом – беглым чтением, или просмотром. Интерактивно управляемый пользователем процесс перемещения в информационном пространстве гипертекста получает название навигации. Это переход от одного фрагмента гипертекста к другому при помощи гиперссылки, являющейся важнейшим структурным элементом гипертекста, содержащим путь осуществления перехода. Гиперссылки – это каркас гипертекста, они структурируют его и определяют поведение пользователей. В настоящее время выделяются следующие виды гиперссылок: внутренние и внешние, простые и расширенные, абсолютные и относительные, с визуально наблюдаемым указанием адреса и с описанием содержания того фрагмента гипертекста, на который ведет ссылка, текстовые и графические, внутритекстовые и затекстовые, ассоциативные и структурные, листовые и навигационные, дискурсивные, сломанные.

Несмотря на немалое количество работ, в которых авторы представляют возможные пути построения классификаций гипертекста на основе тех или иных параметров (Т.Дж. Байэрс, Р. Боднер, Е. Брейдо, П. Бруциловский, М. Визель, С.Дж. Грин, О.В. Дедова, Дж. Конклин, Д. Майэл, С.С. Маршалл, П.И. Сергиенко, В. Схелтйенс, Т.И. Рязанцева, Ю. Хартунг, М. Чигнел, Ф.М. Шипман и др.), типологии гипертекстов в настоящее время не существует, и ее создание является одной из приоритетных задач теории гипертекста.

Исследованию жанров интернет-коммуникации в целом к настоящему времени посвящено уже немало работ (Н.Г. Асмус, Е.Н. Вавилова, Е.Н. Галичкина, О.В. Дедова, Е.И. Горошко, Л.Ю. Иванов, Л.А. Капанадзе, П.Е. Кондрашов, О.В. Лутовинова, М.Л. Макаров, С.Н. Михайлов, М.Ю. Сидорова, Ф.О. Смирнов, Г.Н. Трофимова, Л.Ю. Щипицина и др.), однако стройной и непротиворечивой классификации жанров интернет-коммуникации до сих пор еще предложено не было. На наш взгляд, моделирование жанрового пространства Интернета является крайне сложной и, вероятно, невыполнимой задачей. Это объясняется комплексной природой коммуникации в Интернете. Интернет представляет собой многомерное образование, вмещающее в себя различные виды дискурсов и формы взаимодействия. И те исследователи, которые пытаются создать исчерпывающую классификацию жанров интернет-коммуникации в целом, вряд ли смогут сделать это в ближайшем обозримом будущем. И если количество жанров, которые можно выделить на основе специфической структурности, композиционности текста, обусловленной новыми информационными технологиями (такие, например, как электронное письмо, чат, форум, блог и т.п.), еще можно исчислить, то количество речевых жанров настолько велико, что вряд ли можно учесть их все в рамках одной классификации так же, как и при попытке исчисления жанров коммуникации, не опосредованной компьютером. На наш взгляд, более успешными могут быть те исследования, в которых объектом выступает не все коммуникативное пространство Интернета в целом, а только определенная его часть. Например, для виртуального дискурса специфическими являются такие речевые жанры, как флейм, сетевой флирт, виртуальный роман, флуд, спам, креатифф, послание.

Рассматривая ценности и цели виртуальной языковой личности, можно говорить о выделении третичной социализации, инкультурации, саморепрезентации и развлечения. К ценностям виртуального дискурса относятся неограниченная доступность и скорость получения информации и завязывания знакомств, анонимность, отсутствие пространственных границ, размывание расстояний и стирание роли временного фактора, демократичность общения, свобода самовыражения.

Исследования виртуальной языковой личности в в новом коммуникативном пространстве будут затрагивать 1) коммуникативную компетенцию участников виртуального дискурса, 2) конструирование языковой личностью своей идентичности, 3) саморепрезентацию языковой личности, 4) коммуникативное поведение языковой личности.

Несмотря на то, что одна из метафор, использующихся при характеристике Интернета, – «большая свалка», что в качестве одной из ценностей выделяется свобода, часто граничащая с вседозволенностью и выливающаяся в негласный принцип «делай, что хочешь», для успешной коммуникации участникам интернет-общения все равно необходимо быть компетентными относительно того, что для данного вида взаимодействия является нормой, а что может привести к его нарушению. Иными словами, языковая личность в интернет-коммуникации должна владеть определенными знаниями, представлениями, умениями и навыками, необходимыми для

поддержания общения и обмена информацией в рамках соответствующей ситуации общения согласно определенным целям, т.е. должна обладать коммуникативной компетенцией.

Коммуникативная компетенция языковой личности складывается из трех составляющих: энциклопедической, лингвистической и интерактивной. Энциклопедическая компетенция находит выражение в способности человека вербально описывать положение дел в том или ином фрагменте мира, например, какой-то предметной области. О лингвистической компетенции свидетельствует способность пользоваться арсеналом определенного языка для достижения своих целей. Интерактивная компетенция проявляется в способности устанавливать языковой (речевой или текстовый) контакт с партнером по коммуникации, поддерживать или прерывать этот контакт, соблюдая при этом правила и конвенции общения, принятые в данном языковом коллективе. С одной стороны, энциклопедическая компетенция виртуальной языковой личности не отличается от энциклопедической компетенции в ситуации неопосредованного общения и заключается в наличии у коммуникантов определенных знаний по теме разговора. С другой стороны, энциклопедическая компетенция среднестатистического участника виртуального дискурса по сравнению со среднестатистическим человеком, не приобщенным к интернет-общению, является более высокой в отношении знаний из области новых информационных технологий и способов использования этих технологий.

Лингвистическая компетенция участников виртуального дискурса состоит в умении использовать вербальные средства во всем разнообразии их грамматико-парадигматических, семантико-синтаксических и ассоциативных связей. Поскольку речь участников виртуального дискурса – это сплав устной и письменной речи, включающий в себя компьютерный жаргон и интернет-сленг, специфические аббревиатуры и сокращения слов, своеобразные синтаксические конструкции и т.п., то для адекватной коммуникации в Сети языковая личность должна знать все эти особенности и уметь правильно употреблять и воспринимать эту новую устно-письменную форму речи. Высшей степенью обладания лингвистической коммуникативной компетенцией является способность языковой личности включаться в языковую игру. Интерактивная компетенция в виртуальном дискурсе заключается в знании и адекватном использовании языковой личностью правил нетикета, или сетевого этикета, а также умении общаться в различных жанрах.

Погружаясь в мир Интернета, языковая личность может как оставаться собой, так и экспериментировать со своей идентичностью. Языковая личность, для которой Интернет представляет собой еще один дополнительный способ коммуникации, не стремится построить образ, значительно отличающийся от ее реального Я. Данная языковая личность вполне реальна и на различных интернет-ресурсах, где происходит ее общение, дает о себе достоверную информацию. Однако физическая непредставленность и анонимность партнеров по интернет-общению дают им возможность нивелировать ряд параметров, являющихся неотъемлемой частью языковой личности в процессе неопосредованной коммуникации. Вследствие этого языковая личность может менять отношение ко времени и пространству, характеризоваться высокой степенью поглощенности сетевой деятельностью даже при отсутствии конечной цели, у нее могут смещаться акценты мировосприятия, когда ориентация на других в процессе коммуникации заменяется ориентацией на себя, ее поведение начинает характеризоваться большей степенью полярности, т.е. впадением в какие-то крайности, и у нее притупляется чувство страха за сохранность собственной жизни. Иными словами, здесь появляется виртуальная языковая личность, не являющаяся идентичной той реальной языковой личности, которая стоит за ней. Наивысшей степенью игры с собственной идентичностью является создание языковой личностью квазиличности и управление ею.

Проблема идентичности виртуальной языковой личности является тесно связанной с саморепрезентацией, представляющей собой совокупность вербальных и невербальных средств, направленных языковой личностью на формирование определенного впечатления о себе у своего собеседника. Основным средством саморепрезентации языковой личности в процессе интернет-коммуникации является ее коммуникативное поведение. Только проявляя себя в общении, языковая личность может быть замечена и оценена партнерами по коммуникации. Однако прежде чем раскрыться в процессе коммуникативного поведения, участникам интернет-общения необ-

ходимо привлечь к себе внимание потенциальных партнеров по коммуникации. И здесь можно говорить об использовании языковой личностью докоммуникативных лингвистически релевантных средств саморепрезентации языковой личности.

Лингвистически релевантными докоммуникативными средствами саморепрезентации языковой личности в виртуальном дискурсе являются 1) ник, или сетевое имя, которое берет себе пользователь для идентификации на том или ином сетевом ресурсе, которым он затем именуется и с которым неразрывно связывается его образ внутри данного ресурса; 2) аватара, представляющая собой небольшую картинку, целью которой является визуальная репрезентация языковой личности, и сопровождающая все сообщения пользователя в форуме или блоге, а также прикрепляемая в профиле, содержащем набор данных, предоставляемых пользователем для первичного ознакомления других с собой; 3) ориджин, или подпись, прикрепляемая после основного текста сообщения в письмах или на форумах и содержащая какое-то краткое высказывание; 4) название блога или домашней страницы, создаваемых пользователями Сети. Выбор данных средств огромен и зависит от того, какие цели преследуются языковой личностью в процессе интернет-коммуникации.

После того как языковая личность заявляет о себе посредством докоммуникативных средств саморепрезентации, она включается в процесс общения, в ходе которого также репрезентирует себя своим коммуникативным поведением, демонстрируя свою коммуникативную компетенцию, используя необходимые коммуникативные стратегии и определенный эмоционально-стилевой формат общения.

Рассматривая процесс коммуникации виртуальной языковой личности, необходимо также обратить внимание на особенности ее речевого поведения и невербальные компоненты коммуникативного поведения. К особенностям речевого поведения относятся специфические формулы общения, прецедентные феномены и языковая игра. Использование невербальных компонентов включает в себя креолизацию текста посредством своеобразных эмотиконов (так называемых смайлов) или всевозможных картинок, а также другие мультимедийные средства.

Литература

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. 4-е изд., стер. М. : Едиториал УРСС, 2004.
3. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс : учеб. пособие. 2-е изд., испр. М. : Флинта: Наука, 2006.

Communicative space of a virtual language personality

There is regarded the communicative space of a language personality of the new type, virtual, as closely connected with its motivation level and reflecting its pragmatic characteristics. There are also suggested the possible tendencies in the investigation of the given phenomenon.

Key words: *virtual discourse, language personality, virtual language personality, communicative space, discursive characteristics.*

М.А. ГУЛЯЕВА
(Волгоград)

ВИДЫ ОТКАЗА ОТ ОБЩЕНИЯ КАК КОММУНИКАТИВНОГО АКТА

Отказ от общения анализируется с позиций теории коммуникации. Выделены виды отказа от общения, обозначены параметры данной классификации и охарактеризованы ее составляющие.

Ключевые слова: *отказ от общения, межличностная коммуникация, коммуникативный акт, коммуникативная интенция, цель коммуникации, способы выражения отказа.*

Отказ от общения, анализируемый с позиций теории коммуникации, представляет собой сложное и дифференцированное понятие. Цель настоящей статьи – выделить виды отказа от общения, обозначить параметры данной классификации и охарактеризовать ее составляющие.

© Гуляева М.А., 2012