

Макаренко Ю. В.,

державний педагогічний університет ім. В. Винниченка, м. Кіровоград

ІНТЕРНЕТ-ЩОДЕННИК ЯК НОВИЙ ВЕРБАЛЬНИЙ КАНАЛ СПІЛКУВАННЯ

Стаття присвячена аналізу Інтернет-щоденників як нового лінгвокультурного феномену. Розглядаються засоби привертання уваги потенційних читачів блогів та графічні засоби передачі емоцій.

Ключові слова: Інтернет-щоденник, іллокутивна мета, опосередкований «вуайяризм», трансформація особистості, нікнейм.

Статья посвящена анализу Интернет-дневников как нового лингвокультурного феномена. Рассматриваются способы привлечения внимания потенциального читателя и графические средства передачи эмоций.

Ключевые слова: Интернет-дневник, иллокутивная цель, опосредованный «вуайяризм», трансформация личности, никнейм.

The article deals with the analysis of virtual diary as a new linguistic phenomenon. The ways of attracting readers' attention and graphic means of expressing of emotions are described.

Key words: blog, illocutionary aim, mediated voyeurism, transformation of personality, nickname.

З появою нового комунікативного простору трансформується реальність, на зміну їй приходить діалектика двох реальностей: віртуальна накладається на суб'єктивну, розмежується стан перебування on- або off-line; ведеться переоцінка цінностей, змінюються ставлення до часу, пріоритетів та моделей комунікації.

Актуальність даної теми пов'язана з виникненням дискурсу блогосфери як нового типу тексту, здатного відображати картину світу особистості, зануреної у віртуальну реальність.

Мета статті полягає у розкритті механізмів мовного оформлення блогу та у засобах, якими користуються автори блогів для досягнення популярності.

Об'єктом даного дослідження виступають корпуси україномовних та німецькомовних блогів.

Предметом виступають мовні одиниці, які є типовими регулярними елементами структури текстів.

Поставлена мета зумовила наступні **завдання**: дослідити корпуси блогів і виявити особливості графічних засобів, які вживаються для передачі емоцій в корпусах блогів.

Популярність приватних щоденників зумовлена здатністю вільного вибору та довільної презентації інформації у них. Ведення блогів є комфортним варіантом опосередкованого спілкування з певним часовим інтервалом. У комунікантів з'являється можливість формулювати свої думки і реагувати на коментарі інших з більшим комфортом (в офлайн не усі є гарними співрозмовниками). Ще одним важливим фактором є перенесення акценту з візуального на комунікативний, креативний, інтелектуальний. М. М. Соколов вважає, що характерний для електронного щоденника перелік викладу подій по-іншому презентує етап знайомства [4].

З точки зору Девіда Вайнберга блоги зсунули кордон між публічною і приватною сферами життя: для блогерів важливим є те, що вони можуть поєднувати комунікацію з приватними подіями, викладаючи їх у формі оповіді. Нарратив виступає як засіб організації власного досвіду, в якому відображено емоційний стан оповідача.

К. Калверт висунув ідею про те, що сучасні мультимедійні засоби подібні до опосередкованого вуайяризму» [5, с. 2]. Він називає дві основні причини подібного явища: спроба відшукати «аутентичну правду» у світі упередженої інформації, а також бажання бути причасним до подій оточуючого світу.

На його думку опосередкований «вуайяризм» не набув би такого поширення, якби на це не було згоди об'єктів «підглядання» (бажання авторів блогів бути прочитаним, отримати реакцію на написане). Калверт говорить про чотири основні функції: самовизначення, утвердження в суспільстві, розвиток відношень, соціальний контроль

Парадоксальну ситуацію спілкування у віртуальному дискурсі Ж. Бодріяр назвав «процесією симулякрів» [1]. Користувача Інтернету можна розглядати як симулякр, оскільки він сам формує свою соціальну ідентичність, яка не обов'язково збігається з реальною. «Підробити» віртуальну особистість можна лише завдяки мовним засобам. *(Потім виявилось, що познайомились вони десь тиждень тому у контакт і вирішили зустрітись. От нічо з того і не вийшло, бо він в реальному житті геть зовсім не такий, як у віртуальному. І що з того, що він вмів гарно писати? Що з тих всіх його хороших слів, речень і заворотів? А нічогосінько. Бо, як не крути, по тій писанині ти людину добре не визнаєш, так само як і по фотографії. live the dream)*

Ж. Делез пише про те, що «спостерігач стає частиною симулякра, а його точка зору трансформується і деформує симулякр». Наприклад, Інтернет, де комунікація не має часових та просторових координат: користувач не знає на якому сервері він знаходиться (на своєму чи на сервері провайдера), з ким він вступає в комунікацію. Інтуїтивно автори блогів знаходять близьких собі по духу людей, при тіснішому спілкуванні з'ясовується, що вони приблизно одного віку, рівня освіти, соціального стану. Подібність тезаурусу у більшості випадків неможливо приховати.

Перебування у мережі змінює спосіб мислення і уявлення про себе. Ніхто із учасників мережевого спілкування не лишається тією самою особистістю: мовна особистість трансформується, стає «іншою», «переключається» з одного світу на інший. *(Ich maile nicht den ganzen Tag. Zweimal täglich setze ich mich hin und bin diese andere Person)* (Теркл).

Вважається, що саме можливість самовираження є однією з найпотужніших мотивацій Інтернет-комунікації [Теркл, 1996, Семпсі, 2000, Жичкина, 2001]. Серед причин створення віртуальної особистості найголовнішою вважають прагнення отримати новий досвід, який виступає як самостійна цінність. [Теркл, 1996, Семпсі, 2000].

Вибір способу самопрезентації у Мережі залежить від типу реальної особистості [Сулер, 1996]. Самопрезентація у віртуальному просторі відображає ті наміри та бажання, які неможливо задовольнити у реальному житті, проте які стає можливим реалізувати у віртуальному світі за допомогою технічно опосередкованої комунікації [Келлі, 1997]. У віртуальній комунікації виникає можливість вираження заборонених у реальності агресивних тенденцій [Сулер, 1997], виказати ті погляди, які у реальності не можна виказати навіть близьким людям [Янг, 1997], вираження тих сторін особистості, які у реальному житті подавлені [Янг, 1997; Теркл, 1997], бажання контролю над іншими, маніпуляція іншими [Бекер, 1997; Даутенманн, 1997, Сулер, 1996].

Записам у блогах в цілому притаманна неформальна тональність, ступінь дружельності та серйозності залежить від особистості кожного конкретного блогера, від популярності та тематики. В рамках свого блога кожен автор може встановлювати власні комунікативні і мовні норми і блокувати коментарі порушників цих норм [Херрінг, 2007]. Блоги, підкреслює Е. Салівен, є особистими, сповненими характером їх автора [Салівен, 2002]. Благ вважає, що щоденні записи блогера – це нове усвідомлення свого внутрішнього життя, яке може перетворитись на впевненість у своєму власному майбутньому. Звикаючи коментувати, викладати думки, автор легше артикулюватиме їх у реальному спілкуванні.

У блогах відсутня цензура, тому їх часто ідеалізують і зображають як окремий простір з власною історією, правилами, героями, своєю ієрархією та мовою [2]. У блогосфері формується соціальна ієрархія, тобто користувачі різняться за своїм рейтингом (сюди відносяться кількість заміток або постів, отриманих коментарів, перегляд щоденників інших користувачів та написання коментарів до них), що спростовує думку про рівність у соціальній мережі завдяки скасуванню індикаторів соціального видимого статусу.

Створення нових заміток та написання коментарів потребує великої кількості часу (*...почала за собою помічати, що проводжу тепер тут більше часу, ніж на будь-яких інших сайтах. І це тільки за 4 місяці мого тут перебування*) Не так часто буває, щоб якийсь сайт настільки до себе притягував)) live_the_dream). Ті, хто «орієнтується на інших», не тільки хочуть сподобатись, а й постійно пристосовуються до обставин і контролюють своє оточення, щоб визначити лінію своєї поведінки. Д. Пісмен і його послідовники дійшли до висновку, що у результаті такої переорієнтації на інших, особистість може набути синдром неспокою і потребу у великій кількості уваги з боку інших, яка ніколи не задовольняється.

Для віртуальної особистості важлива думка інших. Коли ми говоримо про щоденники, то йдеться насамперед про коментарі та рейтинг. Звідси різні стратегії маніпулювання думкою інших. У ході нашого дослідження ми встановили, що українські блогери активніше у порівнянні з німецькими коментують записи. Найбільша кількість, зафіксована нами – 47 коментарів, представлених у вигляді полілогу – бурхлива дискусія між читачами та автором приватного запису.

Віртуальне середовище надає можливість вступати у контакт з іншими учасниками, залишаючись інкогніто. Ступінь девіртуалізації повністю залежить від бажання учасника комунікації. Автор має необмежені можливості творчого розвитку, в процесі він приміряє безліч комунікативних масок. Автор самостійно на практиці виявляє особливості та норми комунікації, досліджує увесь спектр можливостей, формує свій власний стиль.

Для створення віртуальної особистості віртуальні щоденники використовуються рідко. Автори приватних щоденників прагнуть до автентичності, самореалізації та саморефлексії. Іллюктивна установка автора щоденника спрямована на залучення читачів до контенту. Усі рівні організації блогів (граматичні, лексико-семантичні, комунікативно-прагматичні) пов'язані з цією комунікативною задачею: підтримка зворотного зв'язку, активізація відповідної реакції (комунікативно-прагматична організація полілогу), вміння лаконічно і просто передати думки у короткій замітці [Сулер, 1996]. Автор виявляє комунікативну компетентність, і створює текст, на який його потенційний адресат так чи інакше захотів би відреагувати (*А є дружба між Ч. та Ж. Чи це просто надуманна ілюзія у однієї із сторін?*). Навіть якщо блог пишуть з метою саморефлексії, його пишуть для потенційних читачів. На думку К. Лектрис блогери «потребують бути поміченими іншими авторами веблогів». Досягти цього можна, пишучи коментарі, тим самим викликати цікавість до себе (віртуального), написавши провокаційну замітку. Пишучи замітки, автор щоденника виходить з того, що у будь-який момент він зможе видалити щоденник, він ніколи не зустрине свого читача, в той же час він усвідомлює, що його записи можуть читати близькі друзі та знайомі, тому несе відповідальність за свої нотатки. Меллон, проаналізувавши велику кількість щоденників стверджує, що жоден автор не пише лише для себе.

В текстах блогів представлені мовні засоби двох основних функціонально-стильових сфер літературної мови: розмовної і книжної. Запис у блозі є підготовленим, продуманим, обмеження матеріалу дозволяє пояснити детальну картину відбору і організації мовних засобів. Поєднання таких компонентів комунікативної ситуації, як неофіційність і особистісно орієнтований характер спілкування та письмове мовлення створюють сприятливі умови для їх поєднання в рамках тексту.

Назва блога (*APIGATO, Мое життя, Felicidad, carpe diem Herzscherz*) поряд із заголовком та нікнеймом є важливою складовою дискурсу. Реципієнт сприймає текст через заголовок, орієнтуючись, буде інформація цікавою, чи – ні. Його головна функція полягає у привертанні уваги читача: *«Книготравень, Як я Івана Купала святкувала, Андрухович в шоці!, лінійний ранок, Zukunftsblicke... Freundschaft beginnt mit Hoffnung, Hörbeschleunigung, Endlich Urlaub !!»*.

Нік дозволяє користувачеві впливати на образ, моделювати віртуальну особистість. Моделюючи свій образ, блогер моделює віртуальний простір, створює собі певний імідж. Створюючи нік, блогер розробляє концепцію, виражену в слові.

На думку Л. Ф. Компанцевої нік – «це спроба пояснити феномен власного існування і стосунків зі світом, своєрідний когнітивний, комунікативний, лінгвістичний експеримент» [2, с. 268].

Середовище інтернет-щоденника є невичерпним джерелом для лінгвістичних досліджень, адже, в ньому письмово зафіксовано усі актуальні процеси, які відбуваються в мові: засоби компресії, стилістика. Щоденники відображають професійне мовлення, вікові і гендерні особливості, мовну картину світу; вони є індикаторами стану мовної та загальної культури сучасників.

До стратегічних переваг ведення щоденника належать можливість контролю над процесом комунікації та створення відредагованої картинки власного життя. Вищезгаданий вид комунікації дозволяє контролювати, упорядковувати і обирати бажаний вид спілкування та експериментувати з мовними засобами, випробувати себе у різних ролях, «спробувати» різні стилістичні прийоми.

Подальшою перспективою для дослідження може стати вивчення засобів інтенсифікації фативи та причини комунікативних невдач авторів блогів.

Література:

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. – Київ : Основи, 2004. – 230 с.
2. Компанцева Л. Ф. Гендерные основы Интернеткоммуникации в постсоветском пространстве: Монография. – Луганск : Знание, 2004. – 404 с.
3. Костерина И. В. Публичность частных дневников: об идентичности в блогах Рунета: «Неприкосновенный запас» 2008, №3 (59) [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/>
4. Соколов М. М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность: Сборник статей. СПб. : С.-Петербургский университет, 2007. – С. 9-39.
5. Calvert Clay Voyeur Nation: Media, Privacy, and Peering in modern culture boulder. – Colorado : Westview Press, 2000. – 274 с.
6. Turkle, S. Virtuality and its discontents: Searching for community in cyberspace. – The American Prospect, 1996. – С. 50-57.