

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Будаев Э. В. Метафорическое моделирование постсоветской действительности в российском и британском политическом дискурсе: дисс. канд. филол. наук : 10.02.20 "Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание" / Будаев Эдуард Владимирович. – Екатеринбург, 2006. – 232 с.
2. Всеобщая декларация о культурном разнообразии, 2 ноября 2001 г., UNESCO Doc. 31C/Res 25, Annex 1 (2001) – Режим доступа: www1.umn.edu/.../russian/.../Rculturaldiversitydecl.html
3. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Гудков Д.Б. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.
4. Захаренко И. В. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов / Захаренко И. В., Красных В. В., Гудков Д. Б., Багаева Д. В. // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 1. М., 1997. – С. 82–103.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Караулов Ю. Н. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
6. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология / Красных В.В. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
7. Красных В.В. "Свой" среди "чужих": миф или реальность? / Красных В.В. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2003. – 375 с.
8. Макаров, М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / М. Л. Макаров. – Тверь : Изд-во Твер. гос. ун-та, 1998. – 200 с.
9. Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации / Нахимова Е.А. – Екатеринбург, 2007. – 207 с.
10. Никонова Ж.В. Основные этапы фреймового анализа речевых актов (на материале современного немецкого языка) / Никонова Ж.В. // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Филология. искусствоведение, 2008, № 6. – С. 224–228.
11. Ольшанский, И. Г. Лингвокультурология в конце XX в.: итоги, тенденции, перспективы / Ольшанский И.Г. // Лингвистические исследования в конце XX века. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 26–55.
12. Орлова Э. А. Культурная (социальная) антропология / Орлова Э. А. – М.: Академический Проект, 2004. – 480 с.
13. Попова З.Д. Язык и национальная картина мира / Попова З.Д., Стернин И.А. – Воронеж, 2002. – 60 с.
14. Guirdham M. Communicating Across Cultures at Work / Guirdham M. – Purdue University Press, 2005. – 360 p.
15. Minsky M. L. The society of mind / M. Minsky. – New York: Simon & Schuster, 1988. – 336 p.
16. Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary. – New Digital Edition 2008 © HarperCollins Publishers, 2008.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Наталія Калина – здобувач кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови Запорізького національного університету.

Наукові інтереси: міжкультурна комунікація, лінгвокультурологія, концептологія.

ПРАГМАТИКА АВАТАР У КІБЕРПРОСТОРИ

Сергій КІПЕНЬ (Львів, Україна)

У статті розглянуто прагматичні особливості аватар у кіберпросторі; виявлено їхній зв'язок із архетипами людини.

The article highlights the pragmatic peculiarities of avatars in cyberspace; their correlation with human archetypes is revived.

Мотивація актуальності теми і важливості дослідження. Електронна комунікація в Інтернеті відкрила для комунікантів нові “канали пізнання” своєї сутності. Поширеним явищем віртуального простору стало використання *Ніків* та *Аватар*, які дозволяють учасникам спілкування приховати власні справжні імена та створити певний образ для своїх візаві. Проблема самоідентифікації у кіберпросторі заслуговує на особливу увагу і тому аналіз прагматико-комунікативних характеристик аватар, як складового елемента у структурі віртуального спілкування дає змогу не лише простежити процеси їхнього виникнення та функціонування, а й систематизувати їх відповідно до прагматичних цілей, що, на наш погляд, обумовлює актуальність обраної теми.

Історія й сучасний стан розробки питання в науковій літературі. Дослідженням розвитку графічних та логічних систем ефективного продукування та функціонування аватар займався Дж. Касел (J. Cassel) [6]. Учені-біхевіористи Дж. Блшковіч (J. Blascovic) та М. Терк (M. Turk) вивчали вплив аватар на інтеракцію між людьми, спробувавши таким чином виявити, який рівень соціальної присутності (social presence) вони можуть надати комунікантам у віртуальному просторі [5; 7]. Для вивчення особливостей реагування на іншу людину останнім часом використовується методика представлення віртуальних антропоморфних агентів (аватар). Відомо, що подібні за психофізичними параметрами соціальні стимули можуть оброблятися на різних рівнях когнітивної організації. Розуміння стереотипних колективних когнітивних структур робить можливим творення хибних ідентичностей через їхній вступ у соціально-комунікативну взаємодію під різними масками. Успіх такої гри багато в чому залежить від мовних здібностей людини, тому вивчення її ідентичності є невід'ємною від розгляду поняття мовної особистості.

Мета і завдання статті. Метою роботи є дослідження прагматико-комунікативних особливостей аватар. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: 1) дати визначення поняттям “аватар” та “агент”; 2) проаналізувати структурно-семантичні компоненти аватар.

Виклад основного матеріалу. Поняття “аватара” (зі Санскр. *avatāra* = “ava” вниз + “-tāra” сходити) в індуїзмі – божественна інкарнація, фізичне втілення божества на Землі у вигляді конкретної людської особи; втілення Бога Вішну у вигляді героїв Крішни, Рами, вепра, карлика та ін., що здійснюють подвиги на Землі. Існує два види аватарів: ті, які народилися від жінки або народжені розумом (анупападака) [10]. Англо-український словник з обчислюваної техніки, Інтернету та програмування подає *avatar*, як синтетичний (анімаційний) інтерактивний об’єкт, який представляє користувача у віртуальному світі [8 : 58]. Нами зафіксовано, що у середовищі комп’ютерників використовується також термін *агент*. Якщо аватар – це “перевтілення” реальної особи у певне зображення, то агент є запрограмованим антропоморфним зображенням, що може виконувати конкретні симуляції (дії) за чийсь наказом (наприклад: учасник спілкування, натискаючи певну комбінацію клавіш на клавіатурі може змусити агента рухатися, посміхатися, жестикулювати тощо).

Аналіз матеріалу проводився із використанням веб-сайтів: <http://www.free-avatars.com> та <http://www.avatarity.com>. Серед запропонованих аватар ми зробили довільну вибірку із шести категорій: *General Avatars*, *Bomb Avatars*, *Boys Avatars*, *Girly Avatars*, *Nationality Avatars*, *Cute Avatars*.



Рисунок 1. Категорія “General Avatars”.

Як видно (Рис. 1) в структурі малюнка є текстова інформація, яка конкретизує повідомлення: Wild ... Free...(Аватар № 2); LET THE GOOD TIME ROLL! (Аватар № 5). Також можуть використовуватися зображення, які мають певну символіку: кінь – неусвідомлена сила.



Рисунок 2. Категорія “Bomb Avatars”.

Власники “Bomb Avatars” (Рис. 2) можуть мати “вибуховий” темперамент (be the bomb = to be very good or exciting).



Рисунок 3. Категорія “Boys Avatars”.

Для пояснення цієї категорії (Рис. 3) можна використати, услід за Е. Берном, поняття *транзакційного аналізу*, виокремивши три ролі, які комуніканти підсвідомо виконують у будь-яких типах спілкування: *Батьків*, *Дорослих* і *Дітей*. На думку вченого, це “его-стани” – внутрішні психічні стани в момент спілкування [1]. *Комунікативна позиція Дитини* “хочу – не хочу” (Аватари № 5 та 6). Найтиповіші невербальні реакції комуніканта-Дитини: стрибати, хитро посміхатися, бути ображеним. *Комунікативна позиція Дорослого* (Аватари № 1, 2, 3, 4), де найтиповіші невербальні сигнали: жести і міміка, які виражають роздуми, демонстрація готовності слухати. Учасники віртуальних комунікативних актів можуть виконувати безліч комунікативних ролей: супермен, красень, простак, ловелас, бунтівник.



Рисунок 4. Категорія “Girly Avatars”.

Як свідчать дані – важливою характеристикою перцепції аватара є стать особи, яка зображується. У підгрупі *Girly Avatars* (Рис. 4) використовується типова для дівчат палітра яскравих кольорів. У символіці алхімії *червоний* – символ пристрасті, активності, чуттєвості й життєвих сил; *рожевий* – ніжність і тендітність. Також присутня текстова інформація, яка сприймається як настанови: LIFE IS PARTY (Аватар № 3), Hating me won't make you pretty (Аватар № 5).



Рисунок 5. Категорія “Nationality Avatars”.

У цій категорії (Рис. 5) використано національну символіку різних країн: (Аватар № 1) Wales – вираз “Rydw i Cymraeg. I am Welsh” оформлено зеленим кольором, як символ Уельсу; (Аватар № 2) Scotland – домінування синього кольору; (Аватар № 3) Poland – червоний; (Аватар № 4) The USA – нац. прапор США; (Аватар № 5) The UK; (Аватар № 6) Canada.



Рисунок 6. Категорія “Cute Avatars”.

Деякі вчені вважають, що віртуальність подібна до сновидіння і тому її прихований зміст можна розшифрувати, використовуючи психоаналітичні методи, які подібні до інтерпретацій наших “нічних повідомлень”. Такі просторові символи означають контекст, ситуацію у якій перебуває учасники спілкування. Вибір певної аватари може сигналізувати на підсвідомому рівні про внутрішній стан комуніканта [3].

Очевидно, що аватари можуть виконувати певні ініціативні комунікативні ролі, виступаючи певним образом, який людина свідомо чи на підсвідомому рівні створює в спілкуванні для досягнення певної мети. Аватара – це архетип, первісний образ. Термін у

різних системах духовної діяльності має відмінне понятійне наповнення: у текстології – найдавніше спільне джерело всіх наступних копій, переробок (переважно рукописних списків); у лінгвістиці – вихідна форма слова для пізніших утворень; у психології – прадавній візирець (абстрагована від конкретних ситуацій ідея) колективної, збірної підсвідомості, який існує одвічно у свідомості людства і, передаючись з роду в рід, від покоління до покоління впродовж тисячоліть, у кінцевому підсумку мотивує вчинки і дії людини. Архетип актуалізується і виявляється в різних сферах духовного життя і поведінки людини через символи, образи уяви, які мають прихований сенс і потребують відповідного тлумачення. Це вроджені психічні структури, зосереджені в глибинах “колективного несвідомого”, які закладають підвалини як специфічно національної, так і загальнолюдської символіки. Людська душа має в собі розмаїті архетипи: тут і апріорні умови інтуїції, і первісні форми осягнення довкілля та внутрішнього світу, і позачасові підстави думок і почуттів, відображені у багатстві міфологічних тем, і колективний осад історичної минувшини, закарбований в етногенетичній пам’яті і тому наділений архаїчною прикметою [9]. В наш час термін “колективне несвідоме” набув різних синонімічних значень: генетична пам’ять, архаїчні пласти пам’яті, первинні образи, історична ідентичність. Як зазначає С. Вигонський, мова, якою розмовляє наша глибинна психіка – це, передусім, мова символів. Саме символізм подібних смислів робить їх інтуїтивно зрозумілим для людей, незалежно від історичного та культурного контекстів [2].

Перед тим як заглибитись у психічну структуру, К. Юнг виявив соціальну маску, яка репрезентує індивідуальність, назвавши її *Персона* (лат. *persona* – акторська маска) – компромісне утворення, що виникає внаслідок пристосування індивідуальності до соціуму, тобто соціальна роль людини, зумовлена суспільними правилами поведінки. Персона є зовнішнім характером людини, оскільки її утворює комплекс функцій, які виникли на основі пристосування Его до зовнішнього світу. Аналізуючи Персону, знімають соціальну маску (“те, що здавалось індивідуальним, в основі своїй колективне”), тобто “персона була лише маскою колективної психіки”, видимістю, а не сутністю [4]. Архетипний образ, захоплюючи людину, бере її під свій контроль. Тому релігійні вчення адаптують свідомість до першообразів колективного неусвідомленого: первинні образи відкривають людині священні смисли і водночас застерігають її душу від безпосереднього зіткнення з колосальною психічною енергією архетипів. Шляхом міфологізації (оброблення архетипних образів) через мистецтво відбувається подібне привертання уваги до переживання колективного неусвідомленого як нумінозного досвіду.

Аватари зазвичай використовують для дружнього листування як підписи або в тексті для посилання на когось. Вона максимально правильно допомагає створити перше враження для реципієнта повідомлення – не лише схватитися комунікантові за вигаданим іменем/образом, але й якнайповніше виразити свій настрій та внутрішній світ. Правильно вибрана картинка “аватари” може повідомити про людину значно більше, ніж анкета та впливати на віртуальну спільноту, в цілому. Через те, що кіберпростір є місце особливого модусу інтеракцій, аватари слугують, як медіатори між індивідумом та спільнотою.

Висновки. Отже, традиційна лінгвістична й ширше – культурологічна – категорія “маски” наповнюється у віртуальному комунікативному просторі новим значенням, нерозривно пов’язаним із найширшим визначенням наративності як “організаційного принципу будь-якого дискурсу”. Маска у віртуальному дискурсі – явище поліфункційне. З одного боку, маска – це маскування (в однієї людини може бути декілька масок, і в кожній з них вона може висловлювати різні думки, аж до діаметрально протилежних); з другого – пізнання (особистість упродовж тривалого часу вступає в комунікацію під однією й тією ж маскою, за якою її пізнають, скажімо, у чаті чи форумі); з третього – своєрідний захист, оскільки зміна маски дозволяє відійти від неприємних співрозмовників чи неприємних розмов; з четвертого – трансформація у будь-яку ідентичність, аж до зміни статі чи вказівки на невизначену стать, що дозволяє вести розмову то з позиції дівчини, то з позиції юнака (залежно від поставлених цілей та завдань спілкування). Багатозначна семантика “маски” вводить у дискурс Мережі елемент гри, елемент своєрідного віртуального маскараду, що виявляється у різного типу фальсифікаціях, ошуканствах та розіграшах, а віртуальний простір завдяки своїй відкритості й анонімності є ідеальним місцем для їх реалізації.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди ; Люди, которые играют в игры: Психология человеческих взаимоотношений ; Психология человеческой судьбы / Эрик Берн ; [пер. с англ.]. – СПб. : Специальная литература, 1996. – 399 с.
2. Выгонский С. Коллективное бессознательное как метрическая система [Электронный ресурс] / Сергей Выгонский // Вебпланета. – Режим доступа до журн. : <http://weblanet.ru/articles/readers/2005/03/11/173700.html>
3. Выгонский С. Психологический лексикон геймера: герои и монстры [Электронный ресурс] / Сергей Выгонский // Вебпланета. – 2007. – Режим доступа до журн. : <http://weblanet.ru/column/entertainment/vygotsky/2007/01/25/gamelex2.html>
4. Юнг К. Душа и миф: шесть архетипов / Карл Густав Юнг; [Пер. с англ.]. – К. : Порт-Рояль, 1997. – 384 с.
5. Blascovich J. Immersive virtual environment technology as a methodological tool for social psychology / J. Blascovich, J. Loomis, A. C Beall, K. R Swinith, C. L. Hoyt, J. N. Bailenson // Psychological Inquiry. – 2002. – № 13 – PP. 103 – 124.
6. Cassell J. Fully embodied conversational Avatars: Making communicative behaviors autonomous / J. Cassell, H. Vilhjalmsson // Autonomous agents in multi-agent systems. – 1999. – № 2 (1). – PP. 146 – 149.
7. Turk M. Perceptive media: machine perception and human computer interaction / M. Turk // Chinese Journal of Computers. – Vol. 23 – 2000 – № 12. – PP. 1235 – 1244.

СЛОВНИКИ

8. Англо-український тлумачний словник з обчислюваної техніки, Інтернету і програмування / [авт.-уклад. Е. М. Продаков, Л. А. Теплицький]. – Вид. 2. – К.: Видавничий дім «СофтПрес», 2006. – 824 с.
9. Літературознавчий словник-довідник / [Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін.]. – К.: ВЦ «Академія», 1997. – 752 с.
10. СЛЮВНИК.net [Електронний ресурс] / Потрал української мови і культури. – Режим доступу до потралу: <http://www.slovyk.net>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Сергій Кіпень – старший викладач кафедри іноземних мов Львівської державної фінансової академії.
 Наукові інтереси: мовна інтеракція в Інтернеті.

ФОРМУВАННЯ ПРИБЛИЗНОСТІ ІНДИВІДОМ У ВИСЛОВЛЮВАННІ

Ганна КІРСАНОВА (Запоріжжя, Україна)

У статті розглянутий процес формування приблизності індивідом у висловлюванні, проаналізовані когнітивні механізми цього процесу, описані засоби актуалізації приблизності.

In this article the process of individual approximate formation is investigated. Cognitive devices of this process are analyzed. The means of approximate actualization are described.

На початку ХХІ ст. набуло актуальності комплексне дослідження мови. Зміна парадигм у лінгвістиці так чи інакше залишила слід у науці про мову, змушуючи напрямки впливати один на одного. Новий підхід у лінгвістиці – когнітивно-дискурсивний – увібрав у себе попередні етапи мовознавства. Новий термінологічний апарат і нова позиція когнітивно-дискурсивної лінгвістики до кожного окремого питання робить більший акцент на ментальних процесах людини. Звертаючи увагу лінгвістів на теорію категоризації та концептуалізації людського досвіду, вона не залишає осторонь теорію мовленнєвої діяльності й теорію висловлювання, що безумовно входять також до компетенції комунікативної та психолінгвістики.

Формування висловлювання індивідом завжди вивчалось на матеріалі праць психолінгвістів. Деякі філософські засади цього питання розвинені з праць В. фон Гумбольдта, О.О. Потебні [4; 11]. Особлива увага при вивченні цього питання зверталась на праці російських психологів Л.С. Виготського, О.Р. Лурії, О.О. Леонт'єва [3; 7; 8], що детально роз'яснили психічні процеси породження та сприйняття мовлення. Але нова наукова парадигма лінгвістики, в руслі якої ведеться наше дослідження категорії приблизності, вимагає нового опису та аналізу мовленнєво-мисленнєвої діяльності. Тому у нашому дослідженні ми також використовували актуальні наукові міркування відомих учених-когнітивістів О.С. Кубрякової, В.А. Звегінцева, О.В. Падучевої [5; 10; 15] та ін. Вивчення формування приблизності у висловлюванні набуває своєї актуальності в рамках когнітивно-дискурсивного підходу у лінгвістиці, що дає змогу показати, як протікають когнітивні процеси свідомості у мовних формах.

Приблизність є універсальною властивістю кожної мови. Пошуками приблизності в англійських оцінних реченнях займалися Ю.Є. Сорокін, О.М. Вольф та Н.Д. Арутюнова [1; 2; 13]. Але ними не була розкрита роль когнітивних механізмів формування приблизності індивідом у висловлюванні. Цей бік питання недостатньо висвітлений й у вітчизняній