

ЛІНГВІСТИКА

УДК 811.112.2'42

І. О. Велика

ФУНКЦІЇ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ У ВІРТУАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ)

У статті розглянуто феномени «мовна особистість» і «віртуальна мовна особистість», встановлено функції віртуальної мовної особистості. На матеріалі німецькомовного віртуального дискурсу шлюбних оголошень виокремлено новий тип маскулінної віртуальної мовної особистості.

Ключові слова: мовна особистість, віртуальна мовна особистість, німецькомовний віртуальний шлюбний дискурс, маскулінність, маскулінна віртуальна мовна особистість.

З бурхливим розвитком техніки Інтернет-простір набув надзвичайної популярності, адже з віртуального простору, де зберігається інформація, він перетворився у платформу для спілкування індивідів, де вони не тільки мають змогу обмінятися думками, але й самореалізуються, впливають на світобачення інших індивідів, розважаються. Таким чином, Глобальна мережа перетворилася на місце «життєдіяльності» людей, де вони створюють свій унікальний і неповторний образ, той, який підкреслює їхню індивідуальність і вподобання. Отже, людина занурилась у віртуальний світ, який частково замінив їй реальність. Таким чином, науковці привернули увагу до феномену віртуальної особистості, що замінює реальну людину і «живе» у Глобальній мережі.

Незважаючи на актуальність феноменів «Інтернет-дискурс» і «віртуальна мовна особистість» ще досі залишається широке коло питань, які потребують подальшого вивчення, адже науковці, зокрема лінгвісти, не дійшли єдиного визначення цих понять. Потребують подальшого вивчення і класифікації також типи мовної особистості, її характеристики і функції, чим і пояснюється **актуальність** нашої наукової розвідки.

Об'єктом нашої наукової статті є віртуальна мовна особистість.

Предметом дослідження є функції віртуальної мовної особистості, а також нові типи маскулінної віртуальної мовної особистості у німецькомовному віртуальному дискурсі шлюбних оголошень.

Метою нашої наукової розвідки є встановлення функцій віртуальної мовної особистості; виокремлення нового типу маскулінної віртуальної мовної особистості у віртуальному шлюбному дискурсі німецькомовних країн.

Згідно з метою нашої статті вирішення потребують такі наукові **завдання**:

1. Окреслити поняття «мовна особистість», «віртуальна мовна особистість»;
2. Розглянути функції віртуальної мовної особистості;
3. Уточнити поняття «німецькомовний віртуальний шлюбний дискурс»;
4. Встановити новий тип маскулінної віртуальної мовної особистості на матеріалі німецькомовного дискурсу шлюбних оголошень.

Слід зазначити, що вивченню наведених наукових феноменів присвячена значна кількість робіт сучасних науковців. Вивченню особливостей Інтернет-дискурсу присвячені роботи О. В. Лутовінової (встановлення лінгвокультурологічних особливостей Інтернет-комунікації); А. Н. Гайфулліної, О. І. Горошко, Л. Ф. Компанцевої (дослідження гендерних особливостей Інтернет-комунікації); О. М. Галічкіної, С. С. Данилюк, С. В. Заборовської, О. О. Землякової, С. А. Матвеевої, О. Ю. Распопіної, Л. В. Самойленко (аналіз жанрових форматів Інтернет-дискурсу); А. Г. Аврамової, Н. О. Ахренової (вивчення особливостей мовного оформлення Інтернет-дискурсу); О. М. Галічкіної, О. С. Клочкової, Н. В. Коломієць, С. Г. Стройкова (дослідження гіпертексту як структурної форми Інтернет-дискурсу); Н. Г. Асмус (дослідження віртуального комунікативного простору); Н. Г. Асмус, М. С. Рижкова (аналіз віртуальної мовної особистості) тощо.

У наших попередніх наукових розвідках було розглянуто поняття «мовна особистість», «віртуальна мовна особистість», окреслено риси мовної особистості й її характеристики. На матеріалі німецькомовного віртуального дискурсу шлюбних оголошень було виявлено нові типи фемінної віртуальної мовної особистості, а також розпочато наукові розвідки у площині актуалізації маскуліної віртуальної мовної особистості на матеріалі віртуальних шлюбних оголошень. Таким чином, постає необхідність продовжити наукові розвідки у цьому контексті, виокремити подальші типи мовної особистості віртуального дискурсу, окреслити її функції.

Під мовною особистістю ми у наших дослідженнях услід за Ю. Н. Карауловим розуміємо «сукупність здібностей і характеристик людини, що обумовлює створення і сприйняття нею мовленнєвих творів (текстів), які відрізняються ступенем структурно-мовної складності, глибиною і точністю відображення дійсності, цілевою спрямованістю» [1, с. 38]. Таке визначення мовної особистості є надзвичайно точним, воно розглядає людину через призму мови і її здатність продукувати та сприймати мовленнєві твори, враховуючи її індивідуальні особливості та мету, яку вона переслідує. Слід зазначити, що на сьогоднішній день існує думка про те, що таке визначення мовної особистості є базовим, і що всі інші дефініції цього феномену є лише його варіаціями.

Окресливши поняття «мовна особистість», яким ми послуговуємось у наших дослідженнях, слід пролити світло на поняття «віртуальна мовна особистість». Під цим феноменом ми, услід за О. В. Лутовіною, розуміємо умовний образ того або іншого учасника віртуального дискурсу, поєднання його реальних і вигаданих характеристик [2]. Слід зазначити, що віртуальна особистість не співвідноситься з особистістю реальною, вона є поєднанням образу, що сформувався у фантазії індивіда, та реально існуючою людиною. Це поняття є чимось середнім між реальністю та вигадкою, а тому є утворенням нестабільним, тим, що «живе» тільки в рамках віртуального простору і має чітку мету існування. Віртуальна особистість пристосовується до віртуальної реальності і часто змінює її, обираючи необхідний в даних умовах стиль комунікації.

Говорячи про функції віртуальної мовної особистості, слід зазначити, що її творець сам може вибирати стиль і форму її репрезентації в Інтернет-просторі в залежності від тієї мети, яку він переслідує.

Першою функцією віртуальної особистості, що існує у віртуальному просторі, її метою є привернути до себе увагу певних членів Інтернет-соціуму і заслужити повагу до себе [3]. В залежності від цього комунікант вибудовує свою поведінку й обирає певну комунікативну стратегію. Важливим тут є те, що людина, яка отримала повагу у віртуальному середовищі, починає почувати себе більш впевнено і в реальному світі.

Тобто така функція є певною психотерапією, поштовхом до нового реального життя і нового сприйняття себе.

Важливими компонентами саморепрезентації є опис себе і застосування різноманітних графічних засобів, як, наприклад, аудіо- та відео-файли, фотографії, малюнки, смайли, різні шрифти. Як правило, у таких випадках найважливішим є гумористичний, іронічний підхід до саморепрезентації, а не інформативна складова повідомлення [3]. Наприклад: *«Ich bin 39 Jährchen jung, knapp 1.70m groß, habe 61 Kilo auf den Rippen und keine Kinder. Ich denke das sind für die meisten Männer schon die wichtigsten Angaben, oder? Ferner gehe ich gerne mal raus, in die Natur aber auch mal in Lokale, bin ansonsten aber eine eher ruhige Frau. Ich mag es gemütlich und... Na wie wäre es wenn du mich den Rest einfach selber fragst?! ; -)»* [4]. У наведеному оголошенні жінка-адресант репрезентує себе чоловіку-адресату з гумором і самоіронією, про що свідчить вживання таких словосполучень, як *«39 Jährchen jung»*, *«61 Kilo auf den Rippen»*. Але вона і не перебільшує з іронією, адже наводить також інформацію про свої уподобання і смаки. Таким чином, вона робить все можливе, щоб привернути до себе увагу реципієнта оголошення, заінтригувати його. Про інтригу свідчить останнє речення: *«Na wie wäre es wenn du mich den Rest einfach selber fragst?! ; -)»*, в якому не тільки застосовано емотикон, що свідчить про грайливий настрій жінки, а й натяк на майбутню зустріч. Таким чином, ми можемо зробити висновок про те, що наступною функцією віртуальної мовної особистості є інтрига, і навіть, у деяких випадках, маніпулювання адресатом повідомлення.

Слід також зазначити ще одну особливість віртуальної мовної особистості, що пов'язана з її функціями, наведеними вище, це необхідність збереження її анонімності під час спілкування у віртуальному просторі. Для збереження анонімності є необхідним застосування так званих ніків, або віртуальних псевдонімів [3]. За допомогою таких віртуальних імен людина самоідентифікує себе у Глобальній мережі, заявляє про свій образ, а головне, відокремлює своє реальне «я» від «я» віртуального. Іноді таке розділення веде до того, що межа між реальним і віртуальним зникає, що призводить до псевдоідентичності.

Віртуальна мовна особистість може вигадати свій нік сама, а може і позичити його у іншого користувача мережі. Ніки можна класифікувати за різною тематикою, наприклад, вони можуть бути похідними від імен історичних персонажів (*ljdmityr, saltichixa*), бути пов'язаними з фольклором (*kiki-morok, nafanko*), а також кінематографом (*kinobnik, batman692015*) [3]. Таким чином, віртуальні імена користувачів мережі допомагають індивідам ідентифікувати себе і виконувати певні функції, що є необхідними для досягнення поставлених реальною особою цілей.

Говорячи про таку функцію віртуальної особистості як маніпулювання, слід зазначити, що деякі віртуальні особистості створюються спеціально для троллінга інших учасників комунікації, для мовної гри. Таких «віртуалів» ще називають «мультями», «клонами», «фейками» або «віртами». Відразу ж після досягнення певної мети така віртуальна особистість зникає. У Глобальній мережі також можна зустріти віртуальні особистості, що створено для проведення певної PR-кампанії. Такі «фейки» підтримують онлайн реальних людей, метою яких є просування в Інтернеті, професійний зріст, просування їхньої творчості [3].

Отже, слід відокремлювати віртуальну особистість, яка була створена для реальної людини як її образ у Глобальній мережі, і віртуальну особистість, яку створено на певний період часу для досягнення поставленої мети. За «мультим» звичайно теж стоїть жива людина, яка його спродукувала, але така віртуальна особистість не має нічого спільного зі своїм творцем, в той час як віртуальна

особистість, що створено для комунікації у мережі, несе в собі частку її творця. Вона може бути повністю неідентичною до особистості реальної людини, компенсувати вади і невдачі людини у реальному житті, навіть порушувати своєю віртуальною поведінкою норми моралі і етики. В цьому випадку ми говоримо про компенсаторну функцію, що несе в собі певний психотерапевтичний ефект, який було згадано нами вище.

Причиною створення віртуальної особистості першого і другого типу є досягнення конкретної мети. У першому випадку слід говорити про функцію компенсації, привернення уваги до себе, маніпуляцію. У другому випадку йдеться, як правило, про певні маркетингові цілі і слід говорити як про просування певних людей і продуктів їхньої творчості, так і про антирекламу певних особистостей.

Інтерес для нашого дослідження становить перший тип віртуальної мовної особистості, тобто тієї, за якою стоїть реальна людина, що задовольняє свої особистісні потреби в Інтернет-мережі.

З тієї причини, що наші наукові розвідки проводяться на матеріалі німецької мови, ми звертаємось до німецькомовного віртуального дискурсу, а точніше до німецькомовного віртуального дискурсу шлюбних оголошень. Враховуючи функції віртуальної мовної особистості, наведені нами вище, ми виокремили новий тип маскулінної віртуальної мовної особистості, що актуалізується у сучасних віртуальних шлюбних оголошеннях німецькомовного простору. Особливий інтерес для нас представляє функція маніпуляції, яку можна чітко прослідити в процесі пошуку партнера. На основі виокремлення цієї функції, а також на основі аналізу 35 віртуальних шлюбних оголошень, що належать до німецькомовного віртуального шлюбного дискурсу, нами встановлено такий тип маскулінної віртуальної особистості, як «Чоловік-маніпулятор».

Але перш ніж розглянути вербалізацію наведеного нами типа маскулінної віртуальної особистості, слід зазначити, що ми розуміємо під феноменом «німецькомовний віртуальний шлюбний дискурс». Він тлумачиться у нашому дослідженні як сукупність шлюбних оголошень, що розміщено на Інтернет-ресурсах німецькомовних країн. Мета повідомлень – це не тільки укладання шлюбу між партнерами, а й пошук партнерів для проведення часу та розваг.

Повідомлення, на матеріалі якого вербалізується новий тип маскулінної віртуальної мовної особистості «Чоловік-маніпулятор» знаходиться на сайті знайомств quoka.de: «*Liebevoller, ehrlicher und sympathischer Kuschelbär (43J.) der sein Herz am rechten Fleck hat sucht Kuschelmaus mit gleichen Eigenschaften für eine ehrliche und harmonische Beziehung mit Zukunft. Kinderwunsch wäre schön, ist aber keine Bedingung. Es gibt nichts zu verlieren aber viel zu gewinnen. Also trau dich, ich freu mich!*» [4]. Вдаючись до аналізу тексту повідомлення, слід відзначити, що маніпуляція відносно жінки-партнера, яку шукає чоловік і до якої він звертається, має м'який і іронічний характер. Чоловік намагається завоювати увагу жінки не агресивно, висуваючи ряд вимог до неї і говорячи про те, який він унікальний і особливий, а натякаючи на свою ніжність і добре серце. Спочатку адресант повідомлення створює позитивний портрет своєї особистості, переаховуючи позитивні якості, якими він володіє «*liebevoll*», «*ehrlich*», «*sympathisch*», «*der sein Herz am rechten Fleck hat*». Для того, щоб зацікавити реципієнта повідомлення і зробити повідомлення несхожим на інші подібні оголошення на сайті, чоловік-адресант вдається до незвичних лексем, якими він позначає себе і свою майбутню партнерку: «*Kuschelbär*», «*Kuschelmaus*». Такі лексичні одиниці ще більш підкреслюють ніжну і чутливу натуру автора повідомлення, свідчать про те, що чоловік-адресант жадає романтики. Отже, перша частина повідомлення

інтригує жінку, переконує її в тому, що цьому чоловіку можна спробувати довірити себе, що його не слід боятися. Гумор і самоіронія адресанта повідомлення («*Kuschelbär (43J.)*») створюють образ людини відвертої і надійної.

Останні речення шлюбного оголошення закликають жінку до дії, спонукають її до знайомства, що є дуже доречним після того, як чоловік справив приємне враження і викликав відчуття довіри: «*Es gibt nichts zu verlieren aber viel zu gewinnen. Also trau dich, ich freu mich!*»

Особливий інтерес з семантичної точки зору представляє лексема «*gewinnen*», яка є імпліцитною вказівкою на той результат, який жінка отримає від майбутнього знайомства. Дієслово у формі імператив «*trau dich*» є остаточним поштовхом, вказівкою на те, що слід залишити свої вагання і діяти.

Таким чином, нами виокремлено новий тип маскулінної віртуальної особистості на матеріалі німецькомовного віртуального дискурсу шлюбних оголошень, виокремлено функції віртуальної мовної особистості, а також її типи. Серед **перспектив подальших досліджень** слід відзначити встановлення подальших типів маскулінної та фемінної віртуальної мовної особистості, дослідження особливостей віртуальної мовної особистості та середовища її існування – Інтернет-дискурсу.

Список використаної літератури

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – Москва : Наука, 2002. – 305 с.; Karaulov Yu. N. Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost / Yu. N. Karaulov. – Moskva : Nauka, 2002. – 305 s.

2. Лутовинова О. В. Языковая личность в виртуальном дискурсе : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : спец. 10.02.19 / Ольга Васильевна Лутовинова ; Волгоградский государственный социально-педагогический университет. – Волгоград, 2013. – 22 с. ; Lutovinova O. V. Yazykovaya lichnost v virtualnom diskurse : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk : spets. 10.02.19 / Olga Vasilevna Lutovinova ; Volgogradskiy gosudarstvennyy sotsialno-pedagogicheskiy universitet. – Volgograd, 2013. – 22 с.

3. Ляшенко Д. И. Виртуальная языковая личность : к определению термина [Электронный ресурс] / Д. И. Ляшенко // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки : Электронный сборник статей по материалам LI студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск : Изд. АНС «СибАК». – 2017. – № 3 (51). – Режим доступа : [https://sibac.info/archive/guman/3\(51\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/3(51).pdf); Lyashenko D. I. Virtualnaya yazykovaya lichnost : k opredeleniyu termina [Elektronnyy resurs] / D. I. Lyashenko // Nauchnoe soobshchestvo studentov XXI stoletiya. Gumanitarnye nauki : Elektronnyy sbornik statey po materialam LI studencheskoy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. – Novosibirsk : Izd. ANS «SibAK». – 2017. – № 3 (51). – Rezhim dostupa : [https://sibac.info/archive/guman/3\(51\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/3(51).pdf)

4. Er sucht sie [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/>

5. Sie sucht ihn [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.markt.de/sie-sucht-ihn/nette+sie+sucht+netten+ihn/a/0fd97981/?absIndex=9&categoryId=1301010000&rView=1>
ist

Стаття надійшла до редакції 19.10.2017.

I. O. Velyka

**FUNCTIONS OF LINGUISTIC PERSONA IN VIRTUAL DISCOURSE
(ON MATERIAL OF GERMAN LANGUAGE)**

The phenomenon «linguistic persona» and «virtual linguistic persona» are considered in the article, the functions of virtual linguistic persona are described. The new type of masculine virtual linguistic persona is investigated in the article.

Under the notion «linguistic persona» we consider totality of abilities and characteristics of a person that conduce creation and perception of texts that are different in their structure and language, display reality with different depth and accuracy, have different goals. «Virtual linguistic persona» is the next important notion that is considered in our research. Under this phenomenon we understand common form of presentation of some participant of virtual discourse, unity of his real and fictitious characteristics.

In the article it is pointed out that virtual linguistic persona has different goals in virtual discourse. It depends on the intention of a real person who has created it. There are some virtual persons that are created to reach certain marketing goals, for advertizing of some people, their advancement in the Internet space, the advancement of their creation. They can also be used for anti-advertizing of some personalities. The other type is created like a form of existence of a real person in the Global network. The goal of this type of linguistic persona is to reach its own interests, to get respect and attention of other network users. The functions of this type of virtual persona are manipulation, creation of intrigue that is often reached with the help of irony and humorous style of message. Virtual persona gets someone's attention first, and then it begins to guide the recipient of message in the right direction where we speak about manipulation.

It is emphasized in the article that virtual persona differs from real persona who has created it. Virtual persona is used like a «mask» in order to reach some goals, to live the other life in Global network. It gives an opportunity to behave in other way, to show characteristics that real persona doesn't have, and sometimes even to break the rules that exist in real life. In this case we speak about some art of therapy that allows to feel better and to choose the other better way of life.

The new type of human virtual linguistic persona «Manipulator» is investigated on the material of German virtual discourse of marriage announcements. Under this notion we understand the unity of marriage announcements that are located in the German-speaking space of the Internet.

Key words: *linguistic persona, virtual linguistic persona, German virtual discourse of marriage announcements, masculinity, masculine virtual linguistic persona.*

УДК 81'42:659.123(045)

I. П. Волощук

М. В. Цап

**КАТЕГОРІЯ ПЕРСУАЗИВНОСТІ ТА МОВНІ ЗАСОБИ
ЇЇ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ В РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ**

У статті розглядається рекламний текст як об'єкт лінгвістичного дослідження, що має за мету привернути увагу до об'єкта рекламування, зацікавити ним, продемонструвати переваги об'єкта рекламування з-поміж інших і спонукати