

УДК 316.774:004.738.5

К.О. Пилипенко

ДОКОМУНІКАТИВНА САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ В БЛОЗІ

У статті визначено роль докомунікативної самопрезентації у формуванні мовної особистості в інтернет-комунікації, проаналізовано специфіку відношень між віртуальною самопрезентацією та реальною ідентичністю.

Ключові слова: мовна особистість, докомунікативна самопрезентація, блог, інтернет-комунікація.

I. Вступ

Сьогодні блог зайняв міцні позиції у структурі інтернет-комунікації, і цьому присвячено багато досліджень. Цікавим об'єктом для досліджень стало формування мовної особистості в блозі. Питання мовної особистості не нове в лінгвістиці, проте лише зараз можна сміливо стверджувати, що створено теоретичну базу (розвідки Є.Н. Басовської, М.О. Грачова, О.А. Земської, Ю.Н. Караулова, Л.В. Ігнаткіної, І.В. Пономаренко, Т.В. Романової, Т.В. Соловйової, Л.В. Струганець, Т.В. Шмельової та ін.). Питання мовної особистості в інтернет-комунікації малодосліджене, лише останнім часом побачили світ серйозні праці російських учених: Т.Ю. Виноградової, А.О. Калашнікової, Н.М. Казнової, М.А. Курчакова та ін. Проблема самопрезентації найбільш досліджена в соціопсихології (праці російських науковців А.Є. Жичкіної, Є.П. Белінської). Проте проблему місця самопрезентації у формуванні мовної інтернет-особистості не розглядали ані лінгвісти, ані психологи, що доводить актуальність дослідження.

II. Постановка завдання

Об'єктом дослідження є блоги українського сегмента Інтернету. Предмет дослідження – роль докомунікативної самопрезентації у формуванні мовної особистості в блозі.

Мета статті – визначити роль докомунікативної самопрезентації у формуванні мовної особистості в блозі. Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань: визначити й уточнити поняття “самопрезентація” в межах інтернет-комунікації; визначити структуру блогу; розкрити роль докомунікативної самопрезентації шляхом аналізу блогів.

III. Результати

У літературі запропоновано багато визначень блогу, проте в лінгвокогнітологічному аспекті так називають гіпертекст з нелінійною структурою, який характеризується

відкритістю, варіативністю та нескінченністю [2]. Основними функціями блогів, і в цьому дослідники однакові, є комунікативні, розважальні, функції самовираження, самореклами та самопрезентації. Ми зосередимо увагу саме на останній функції, тому що механізми створення самопрезентації в блозі недостатньо вивчені.

Відомо, що віртуальна реальність виникла завдяки Інтернету та розвивалась під впливом мовної особистості, яка, у свою чергу, змінювалась в процесі віртуальної комунікації. Тому мовна особистість в Інтернеті набула специфічного вигляду й характеру, на відміну від традиційної. З погляду постмодернізму, Ж. Бодрійяр визначав віртуальну реальність як “сукупність невпорядкованих симулякрів”, що можна перекласти як поєднання об'єктивної реальності та особливого прояву свідомості [1]. Таким чином, виникнення інтернет-блогу можна вважати постмодерністським явищем. На думку російської дослідниці Т.М. Гермашевої, популярність блогів зумовлена намаганням особистості персоніфікувати інтернет-середовище та виокремити особисте “Я” [2].

Вивчення місця й ролі людини в інформаційному соціумі не є вже новою проблематикою сьогодні. Перехід від індустріального суспільства до інформаційного бачиться суб'єктові як розірваність двох світів – реального соціального й інформаційного. Перший, соціальний світ, традиційно жорстко структурований і об'єктивний, який із самого початку задає людині межі для самокатегоризації, обмежуючи її як соціальний об'єкт за статтю, віком, національністю, професією тощо. Інший світ, інформаційний, принципово безмежний, і тому необхідною умовою існування в ньому є пошук самовизначення, самоідентифікації. Цю проблему можна вирішити двома шляхами: віртуальною реконструкцією соціальної ідентичності, тобто шляхом перенесення до віртуального простору вже відомих відпрацьованих у реальному світі категорій (вік, стать тощо), або віртуальною реконструкцією персона-

льної ідентичності, тобто через формування себе у віртуальному просторі як активного суб'єкта.

Активна інформатизація суспільства призводить до певного протистояння процесів самопрезентації (і віртуальної в тому числі) та ідентичності особистості, на чому наголошують багато дослідників [3].

Відповідаючи на питання, чим так приваблює інтернет-комунікація, треба констатувати: по-перше, віртуальний світ надає можливість користувачам самим обирати соціальні категорії, різні угруповання, на відміну від реального світу; по-друге, такі особливості інтернет-комунікації, як анонімність та обмежений сенсорний досвід, породжують унікальну можливість експериментування з власною ідентичністю. Особливо це приваблює підлітків, молодь, тобто ту вікову категорію, яка має проблеми із самоідентифікацією. Американські психологи Б. Бекер, Е. Рейд говорять про те, що головною особливістю віртуальної самопрезентації є можливість майже абсолютного управління враженням про себе [5].

Найяскравішим проявом створення віртуальної самопрезентації на сьогодні є блог, де користувач створює свій світ на вербальному й невербальному рівнях. Російська дослідниця Н.Г. Шаповалова додає: «Електронні щоденники дають можливість не тільки “проживання” величезної кількості віртуальних самогубств, знайомств, романів, війн, примирень, викриттів, голосувань, а й оцінки того, що відбувається в режимі online як “ліричним героєм” журналу, який можна порівняти із циклом віршів чи оповідань, так і всіма, хто відвідав цю сторінку. Таким чином, автор посту отримує можливість побачити себе з боку. Коментарі незнайомих людей сприймаються як об'єктивна думка, хоча її передумови закладені автором тексту. Ситуацію програно, описано в найбільш вигідному для нього світлі. І нехай насправді нічого не змінилося, він виніс із того, що сталося, найцінніше – коментар іншого, який задовольнить його бажання здивуватися своїм власним словам, полонити їх новизною та несподіванкою, а відповідно, і “новим” собою» [4, с. 387–388].

Щоб зрозуміти місце самопрезентації в структурі блога, треба розглянути його у цілому. До структури блога входять засоби докомунікативної самопрезентації, безпосередньо щоденникові записи й діалогічна частина ІД-текстів, тобто коментарі. Засоби докомунікативної самопрезентації є своєрідною візитівкою власника блогу, яка формується до початку комунікації й може із часом змінюватись. Вона складається з імені користувача (нік); аватара (малюнка або світлина, що виконує роль певного символу), який

супроводжує записи й коментарі власника блогу; список інтересів/антиінтересів; “статус” або девіз (словосполучення, вдалий вираз, який теж має певну символічну семантику); дизайн блогу.

Саме через вербальні засоби докомунікативної самопрезентації (вибір імені, назви блогу й статус) демонструється номінативна здатність власника блогу, реалізується визначена ним лінія мовленнєвої поведінки та створюється первісна мовна особистість, яку очікуємо побачити вже в основних текстах віртуального щоденника.

Треба також зазначити невербальні засоби комунікації в блозі, які полегшують взаємодію між учасниками комунікації: аудіо-візуальні ресурси мережі (малюнки, світлини, аудіофайли тощо), посилання на інтернет-ресурси або інші інтернет-щоденники, символічні заміники-індикатори емоційного стану/ставлення (“смайлики”, показники “теперішнього настрою”), вибір стилю аудіо-візуальної презентації власного повідомлення (колір, шрифт, розмір, фон, звуковий супровід, вибір малюнка, що презентує власника (юзерпик) тощо.

За ступенем відкритості/закритості власника блогу можна визначити два типи докомунікативної самопрезентації: відкрита й прихована. До першого типу, відкритої самопрезентації, належать блоги відомих осіб: політиків, представників світського життя, шоу-бізнесу, культурних діячів тощо, а також маловідомих особистостей, які не приховують своєї ідентичності. Мета створення ними блогу – мати змогу від свого імені й статусу спілкуватись з інтернет-користувачами, бути впізнаваним і популярним у віртуальній реальності. До другого типу самопрезентації належить решта користувачів, які в блозі створюють інший, відмінний від реального образ. Саме цей тип користувачів став об'єктом нашого дослідження, адже навіть на етапі докомунікативної самопрезентації важко розпізнати ідентичність блогера.

Нами було проаналізовано 50 блогів на платформі meta.ua з метою з'ясувати, як докомунікативна самопрезентація впливає на первісне враження від блогу, допомагає конструювати мовну особистість власника. Бралися до уваги такі показники: відповідність імені власника (ніка) й аватара (зображення), смислове навантаження “статусу”/ девізу, відповідність ніку, загальне враження від самопрезентації.

З опрацьованих нами блогів 84% відповідали зазначеним вище показникам, тобто створювався певний образ власника блогу, який підтверджувався подальшим ознайомленням з його постами (текстами), малюнками, фото тощо. Наприклад, власник блогу під ніком Совушка має за девіз словосполу-

чення "Neактуальныеidei", на світлині зображення молоді дівчини. Усі три компоненти органічно працюють на створення певного образу мовної інтернет-особистості – це молода дівчина, творчо обдарована, з філософськими поглядами на життя.

Проте 16% блогів через невідповідність компонентів докомунікативної самопрезентації не створювали образу блогера. Яскравим прикладом цього може бути блог під ніком roman-mtt, де за девіз обраний слоган "Все как у людей)))", а на "аватарці" зображений персонаж з мультфільму П'ятачок. Такі різномірні компоненти не створюють цілісного образу мовної інтернет-особистості й потребують подальшого уточнення.

Повністю ідентифікувати створену інтернет-особистість у блозі з реальним суб'єктом неможливо. "Ідентифікація віртуальної мовної особистості в блогосфері пов'язана із системою цінностей мовної особистості суб'єкта блог-дискурсу, має характерні ознаки та відбувається за допомогою реалізації спеціальних комунікативних стратегій самопрезентації в блогосфері... Основна особливість віртуальної самопрезентації, яка визнається більшістю дослідників, – це можливість майже повного управління враженням про себе. У процесі взаємовпливу віртуальної й реальної мовної особистості відбувається зміна особистісної ідентифікації й формується новий вид поліідентичної особистості" [2, с. 12]. Цей феномен "зумовлює основну складність, на яку натрапляють представники гуманітарного блоку наук під час вивчення інтернет-комунікації. Зокрема, лінгвістичний аналіз ускладнений тим, що інваріанта мовної особистості тут не існує. Матеріальна й віртуальна мовні особистості не взаємодіють за принципом додаткової дистрибуції, а взаємно зумовлюють одна одну. Причому сконструйованій самоідентичності часом надається перевага, бо віртуальна сфера, у якій помислене набуває статусу дійсного, вільна від маси обмежень, які існують як у матеріальному, так і в ідеальному світі. Зокрема, від обмеження визначеністю, на яку приречене не тільки все матеріально втілене, а й усе ідеально досконале. У цьому частково полягає популярність сайтів www.livejournal.com, www.li.ru й подібних мережевих порталів, що становлять у сукупності блогосферу кіберпростору" [4, с. 387].

IV. Висновки

Отже, мовна особистість у блозі являє собою редуковану до набору власних вербальних повідомлень мовну особистість, природа якої є двоїстою: з одного боку, вона поєднує в собі мовну особистість, яка діє у віртуальному дискурсі від власної особи, з

іншого – має характеристики псевдоособистості, вигаданої й керованої реальною мовною особистістю. У межах блогу автор має можливість моделювання та корегування своєї ідентичності. У цьому процесі важливе місце посідає докомунікативна самопрезентація, адже між віртуальною самопрезентацією та реальною ідентичністю існують відношення взаємовпливу. Доведено, що докомунікативна самопрезентація є важливою складовою мовної інтернет-особистості в блозі й має вагоме значення при формуванні цілісного мовного портрета блогера. Перспективи подальших розвідок у цьому напрямі вбачаємо у визначенні й класифікації основних типів мовної особистості в блозі.

Список використаної літератури

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр. – Режим доступа: http://lit.lib.ru/k/kachalov_a/simulacres_et_simulation.shtml.
2. Гермашева Т.М. Языковая личность субъекта блог-дискурса: лингвокогнитивный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Т.М. Гермашева. – Нальчик, 2011. – 21 с.
3. Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / А.Е. Жичкина, Е.П. Белинская. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.
4. Шаповалова Н.Г. Нет дыма без огня, или воздействие книги Э. Берджесса на стиль повествования "Дневника московского паДонка" пользователя LightSmoke / Н.Г. Шаповалова // Русская литература в формировании современной языковой личности: матер. конгресса. Санкт-Петербург, 24–27 октября 2007 г.: Современная языковая личность: проблемы и функционирование. Языковая личность виноязычной среде: литературные традиции и новации: в 2 ч. / [под ред. П.Е. Бухаркина, Н.О. Рогожиной, Е.Е. Юркова]. – СПб.: МИРС, 2007. – Ч. II. – С. 387–393.
5. Becker B. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments. 1997. Reid Elizabeth M. Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities. 1994. – Цитується за: Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / А.Е. Жичкина, Е.П. Белинская. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.

Стаття надійшла до редакції 24.12.2012.

Пилипенко Е.А. Докоммуникативная самопрезентация как составляющая языковой личности в блоге

В статье определена роль докоммуникативной самопрезентации в формировании языковой личности в интернет-коммуникации, проанализована специфика отношений между виртуальной самопрезентацией и реальной идентичностью.

Ключевые слова: языковая личность, докоммуникативная самопрезентация, блог, интернет-коммуникация.

Pilipenko K. Pre Communicative Self-presentation as a Component of Language Personality in the Blog

In the article the role of before-communication self-presentation is certain in forming of linguistic personality in internet-communication, the analysis of specific of relations is done between virtual self-presentation and real identity.

Key words: linguistic personality, before-communication self-presentation, blog, internet-communication.