

INTERNET-STATUSES ON THE SOCIAL NETWORK FACEBOOK FROM THE POINT OF VIEW OF THE DISTRIBUTION OF CONSCIOUSNESS AND THE LANGUAGE

O. Karamalak, Candidate of Philology, Associate Professor
Magnitogorsk State University, Russia

The article is connected with everyday verbal internet-statuses of American college students on "Facebook". The author singles out different types of internet-statuses: affective (emotional) aimed at "everybody" and implicit (devoted to a particular person), informative, situational (locative). Posting statuses is viewed from the psycholinguistics as a need to "share", "scatter", "disperse", "express" different states in the internet-society on the subconscious level.

Keywords: verbal internet-statuses; "Facebook"; everydayness, internet-communication; distributed mind and language; social nature.

Conference participant,
National championship in scientific analytics,
Open European and Asian research analytics championship

ИНТЕРНЕТ-СТАТУСЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ "FACEBOOK" С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РАСПРЕДЕЛЕННОСТИ СОЗНАНИЯ И ЯЗЫКА

Карамалак О.А., канд. филол. наук, доцент
Магнитогорский государственный университет, Россия

В статье исследуются повседневные вербальные интернет-статусы американских студентов в социальной сети "Facebook". Автором выделяются их основные виды: аффективные (эмоциональные), направленные «на всех» или имплицитные (предназначенные для конкретного человека), информативные, ситуативные (локутивные). Размещение статусов рассматривается с психолингвистической точки зрения как потребность на бессознательном уровне «делиться», «разделять», «рассеивать», «выражать» различные состояния в интернет-социуме.

Ключевые слова: вербальные интернет-статусы; "Facebook"; интернет-коммуникация; повседневность; распределенность сознания и языка; социальность.

Участник конференции, Национального первенства по научной аналитике, Открытого Европейско-Азиатского первенства по научной аналитике

Развитие высоких технологий позволяет переходить на новые уровни общения, появляются новые жанры интернет-коммуникации, методы лингвистического анализа, прагматические установки, формируется онтологическое понимание киберпространства и рассматриваются другие вопросы, связанные с интернет-общением. Целью данной статьи является изучение феномена вербальных интернет-статусов как особого типа дискурса повседневности, обладающего ориентирующей функцией, с точки зрения распределенности сознания и языка [9] в когнитивном и психолингвистическом аспекте.

Направление, посвященное повседневности, – одно из самых молодых течений гуманитарного знания. В истории, социологии, философии его оформление происходит почти одновременно: в 70–80-е гг. XX в. Однако серьезный интерес к обыденному сознанию и повседневной жизни возникает несколько раньше. Так, Хайдегер характеризует «повседневность» как «рассеянную самость», «усредненность», «растворенность в публичном», т.е. в формах конституции не человеческого «Я», но безличного «людства» (категория «Das Man»), которую можно перевести и просто как «люди», но еще и как «индифферентность», «обыденность», «обезличенность» [3, с. 10; цит. по 8, с. 62]. На наш взгляд, феномен повседневности тесно связан с теорией распределен-

ности языка и сознания, согласно которой «внутренние репрезентативные состояния основаны на истории онтогенетических сцеплений (корреляционной согласованности) между телом и миром <...> Когнитивные процессы распределены в наших мозгах, телах и, в некоторых случаях, социальном и физическом мирах» [4, с. 224]. Когнитивные системы носят распределенный характер, что с необходимостью определяет и распределенный характер языка [9]. С данной точки зрения, языковое поведение рассматривается как результат распределенности различных видов деятельности, координации между динамической системой или организмом и его средой или окружением.

Интернет-статусы в социальной сети "Facebook" – это короткое, но емкое текстовое сообщение, графическое, видео- или звуковое изображение, устанавливаемое пользователем на своей страничке, которое впоследствии комментируется или остается без внимания другими пользователями данной социальной сети. Следует отметить, что в рамках данной статьи мы говорим об интернет-статусах на личных страницах, написанных на родном американском английском языке американскими студентами колледжа Lees-McRae, как одном из проявлений феномена повседневности. Мы не рассматриваем поздравительные, благодарственные, рекламные, внушающие или убежда-

ющие интернет-статусы, которые умеренно размещаются на страницах других людей.

Проанализировав интернет-статусы американских студентов, мы пришли к выводу, что в основном они пишут о своем эмоциональном и физическом состоянии (как себя чувствуют, что делают), погоде, спорте, учебе, развлечениях и свободном времени: препровождении, любви и дружбе, потере веса, благотворительных акциях с целью зарабатывания денег на что-либо (fund raising), вере в Бога и некоторых др. темах.

Статусы американских студентов на повседневные темы можно разделить на несколько групп согласно цели их написания. Кратко остановимся на их лингвостилистических аспектах.

Аффективные (эмоциональные) статусы способны «поведать» социуму об эмоциональном или физическом состоянии человека, чтобы вызвать ответную эмоциональную реакцию, – например, сопереживание (эмоциональную поддержку), похвалу и др.:

I think I need an ice bag for my hand after that test («Я думаю, мне нужен лед, чтобы приложить к руке после экзамена»). В данном высказывании используется гипербола "ice bag for my hand" для усиления впечатления о психической и физической усталости студента после написания экзамена.

К аффективным интернет-статусам можно отнести заимствованные

статусы, философские и юмористические фразы или клише, призванные повлиять на друзей – пользователей сети с тем, чтобы вызвать положительные эмоции или дать пищу для размышлений. Таким образом, в качестве статуса – своеобразного девиза человека, его «идентификатора» нередко используются крылатые слова и афоризмы, что способствует популяризации последних среди молодежи [2].

Often it's the deepest pain which empowers you to grow into your highest self Karen Salmansohn («Часто именно самая сильная боль делает нас лучше» Карен Салмэнсон»). Очевидно, что автор размещенной цитаты испытывает психологическую боль. Данный статус прокомментирован с целью поддержать автора и убедиться, что с ним все хорошо.

You are a sweetheart as always, Rachel! Hope you are doing better than well! («Ты как всегда мила, Рейчел! Надеюсь, у тебя дела идут лучше, чем хорошо!»).

THANKS Max! You made my day! © («СПАСИБО, Макс! Ты меня приободрил! ☺»).

Аффективные статусы бывают двух типов: направленные «на всех» и общие имплицитные (завуалированные) послания, предназначенные определенному человеку, но размещенные «для всех».

I love our constant poke war every day :) ♥ («Мне нравится наша каждодневная война по толканию друг друга ♥»).

Me too!! It makes me happy! («Мне тоже!! Это меня веселит!»).

Информативные интернет-статусы практически отсутствуют в чистом виде среди записей студентов. Это можно объяснить тем, что при необходимости информировать кого-либо, сообщить о встрече, вопросах к экзамену и т.д. они чаще лично обращаются к адресату, а не размещают сообщения на странице «для всех». Информативные статусы обычно лишены эмоциональности и экспрессивности. Однако, с другой стороны, аффективные статусы могут быть информативными в определенном аспекте: автор статуса информирует читателей о своих чувствах.

Следует уточнить, что мы понимаем под понятием «информация». Информация не передается как данность от одного источника к другому по каналу связи. Данный механический подход к пониманию информации критикуется в работах У. Матураны, который говорит о широко используемой метафоре информационного канала: «С точки зрения биологии в коммуникации не существует “переданной информации”». Коммуникация происходит всякий раз, когда существует координация поведения в области структурной сопряженности <...> Согласно метафоре коммуникационного канала, коммуникация есть нечто, порождаемое в определенной точке. Затем она распространяется по каналу связи (коммуникационному каналу) и поступает к приемнику на другом его конце <...> Эта метафора в корне не верна. Она предполагает существование единства, не определенного структурно, в котором взаимодействия несут в себе инструкции, или команды, хотя происходящее с системой при взаимодействии определяется возмущающим агентом, а не ее структурной динамикой. Однако ясно, что даже в повседневной жизни ситуация с коммуникацией иная: каждый говорит то, что говорит, или слышит, что слышит, в соответствии со своей собственной структурной детерминацией...» [5, с. 173].

Информацию (in-formation) следует понимать как «встраивание» организма в среду, в результате которого он оказывается информированным (in-formed). Такую информацию нельзя рассматривать как эфемерное значение или биты информации, ожидающие, когда живая система ими воспользуется. Язык, согласно данному подходу, не передает информации, его функциональная роль заключается в создании кооперативной области взаимодействия между говорящими путем выработки общей системы отсчета. Каждый говорящий действует исключительно в рамках своей когнитивной области, где любая предельная истина зависит от опыта многих переживаний [6].

Возвращаясь к типам интернет-статусов в зависимости от цели их размещения, можно выделить ситуа-

тивные статусы, не имеющие определенной цели воздействия.

Ситуативные (локутивные) речевые акты или акты-констатации, описывающие физическое состояние пользователя сети, такие как *ем ... , пью ... , слушаю ... , читаю ... , смотрю ... , чувствую ...* и т. д., могут не иметь определенной цели воздействия на других людей на сознательном уровне. Локутивный акт (locutionary act) сводится к речепроизводству как таковому. Уточняя это размытое определение, Дж. Серль [7] выделяет собственно акт произнесения или «акт высказывания» (utterance act).

made tea... but where did i put it? (6 people like it) («налил себе чай... но куда я дел кружку? (6 человек оценили статус “мне нравится”»)

found it («нашел»)

I lost my coffee three times today! («Я сегодня теряла свой кофе три раза!»)

You're too young for misplacing things. («Тебе еще слишком рано страдать склерозом.»)

Мы полагаем, что у человека проявляется психофизиологическая потребность на бессознательном уровне «делиться», «разделять», «рассеивать», «выражать» свои различные состояния (психические, физиологические, мыслительные). Будучи, согласно У. Матуране [6], структурно детерминированными (автопоэтическими) системами, мы стремимся преодолеть эту закрытость и «раствориться» в других людях, выйти за пределы «одиночества познающего сознания» (термин И.К. Архипова [1]). «Сознание (mind) отдельного человека не заключено в голове, оно простирается через все живое тело и включает мир, находящийся по другую сторону биологической мембраны организма, в особенности межличностный, социальный мир себя и других» [11, р. 2]. В написании таких локутивных интернет-статусов проявляется бессознательное намерение адресанта привлечь к себе внимание, побудить взаимодействие с другими и «поделиться», «разгрузить» свое эмоциональное состояние, проявив активность, и, написав интернет-статус, сделать его стимулом для возникновения возможной дальнейшей реакции у других людей.

А. Ное, профессор университета Беркли (Калифорния), считает, что человек не является замкнутым модулем или автономным целым. Он метафорически объясняет, что люди не ягоды, которые можно легко сорвать, а скорее все растение или куст, который корнями уходит в землю и переплетается с ягодами других кустов [10, р. 68; перевод мой – О.К.]. Сознание человека не замкнуто в коре головного мозга, как в тюрьме наших идей и чувственных переживаний. Мысль зарождается не в мозге, а во всем организме, который динамично сопряжен с окружающей средой. Сознание – это не то, что происходит внутри человека, это то, что он активно создает в динамичном взаимодействии с миром вокруг себя [6, р. 24; перевод мой – О.К.]. Как показывает нейронаука, язык составляет единое целое с аффективными состояниями и телесными выразительными средствами. Мозг, тело и среда вместе участвуют в сигнальной системе человека.

Интернет-статусы в социальной сети “Facebook”, как и в любой другой, обычно направлены не на конкретного человека, а на всех друзей – пользователей данной сети. Следовательно, в них обычно нет определенной цели коммуникации, как это происходит в письменном или устном дискурсе с одним или несколькими адресатами. Статус является одним для всех, и видят и читают все. Сообщение направлено «в мир», оно становится общим для многих в интернет-пространстве, и его возможность для ориентирования большого количества людей возрастает. Автор интернет-статуса как структурно детерминированная система порождает внешние к нему пусковые механизмы, направленные на других людей, способные вызывать определенное изменение в их структурах. Следовательно, автор статусов может оказывать воздействие на другие структурно детерминированные системы и координацию действий воспринимающих.

В лингвистическом плане люди координируют действия других с помощью лингвостилистических при-

емов интернет-общения. В настоящее время созданы целые базы словесных статусов, которые дифференцируются по различным тематическим рубрикам. Кроме вербальных статусов, популярны также паралингвистические (видео-, аудио- и визуальные статусы), которые оказывают еще большее влияние на интернет-социум, являясь индексами состояний их авторов или пользователей.

В заключение следует отметить, что при исследовании повседневных вербальных интернет-статусов американских студентов оказалось возможным выделить их основные виды: аффективные (эмоциональные), направленные «на всех» или имплицитные (предназначенные для конкретного человека), информативные, ситуативные (локутивные). В первых двух происходит сознательное речевое воздействие на пользователей сети, в последнем (ситуативном) воздействие на людей осуществляется на бессознательном уровне как реализация биопсихологической потребности в социальности.

References:

1. Arkhipov I.K. Yazyk i yazykovaya lichnost': uchebnoe posobie [Language and linguistic identity: tutorial]. – Sankt-Peterburg., Knizhnyi dom [Book House], 2008., pp. 148.
2. Zrazhevskaya N.I. Kommunikatsiya v Internete. Statusy kak sredstvo popularizatsii aforizmov v molodezhnoi auditoria [Communications on the Internet. Status as a mechanism of popularization of aphorisms in the young audience]., Yazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa. Ural'skii filologicheskii vestnik [Language. The system. Personality: Linguistics creativity. Ural philological Gazette]. - 2012., No 2., pp. 67–69.
3. Kornev V.V. Veshchi nashego vremeni: elementy povsednevnosti: monografiya [Things of our time: elements of daily life: monograph]. – Barnaul., Izdatel'stvo Altajskogo universiteta [The Altai University

Publishing House], 2010., pp.225.

4. Kravchenko A.V. Kognitivnyi gorizont yazykoznaniiya [Cognitive linguistics horizon]. – Irkutsk., Izdatel'stvo Bajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta jekonomiki i prava [Publishing House of the Baikal State University of Economics and Law], 2008., pp. 320.

5. Maturana U.R., Varela F.Kh. Drevo poznaniya [Tree of Knowledge]., perevod s anglijskogo Yu.A. Danilova. – Moskva., Progress-Traditsiya [Progress-Tradition], 2001., pp.224.

6. Maturana U.R. Biologiya poznaniya [Biology of cognition]., Yazyk i intellect [Language and intelligence] – Moskva., Progress, 1996., pp. 95–142.

7. Serl' D.R. Chto takoe rechevoi akt? [What is a speech act?], Novoe v zarubezhnoi lingvistike [New things in foreign linguistics]., Vyp. 17., Teoriya rechevykh aktov [The theory of speech acts]. – Moskva., 1986., pp.151–169.

8. Khaidegger M. Bytie i vremya [Being and time]. – Khar'kov., Folio, 2003., pp.503.

9. Cowley S.J. Distributed Language Ed. by Cowley. – Amsterdam., Philadelphia., John Benjamins Publishing Company, 2011. – 211 p.

10. Noë A. Out of our heads: Why you are not your brain, and other lessons from the biology of consciousness. – New York: Hill and Wang, 2009. – 214 p.

11. Thompson E. Empathy and consciousness., Journal of Consciousness Studies, 8:5 – 7. p. 1-32.

Information about author:

Olga Karamalak - Candidate of Philology, Associate Professor, Magnitogorsk State University; address: Russia, Magnitogorsk city; e-mail: olgakaramalak@yandex.ru

Сведения об авторе:

Карамалак Ольга - кандидат филологических наук, доцент, Магнитогорский государственный университет; адрес: Россия, Магнитогорск; электронный адрес: olgakaramalak@yandex.ru