

УДК 81'27+316.775

© Е. А. Дворянкина¹, А. Г. Кириллов², 2019^{1,2} Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»

(Университет «МИР»), Россия

E-mail^{1,2}: andykirillov@yahoo.com

СОЦИОКОММУНИКАТИВНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ МИКРОБЛОГА ХУДОЖНИКА)

В статье рассматриваются подходы к описанию языковой личности художников с социокоммуникативной точки зрения на примере микроблогов. Выделяются основные языковые свойства текстов на лексическом уровне и личностные характеристики их авторов. Отмечены ключевые особенности их самопрезентации в оформлении своих аккаунтов в социальной сети микроблогов Твиттер.

Ключевые слова: языковая личность, микроблог, Twitter.

Введение

Речевое поведение личности давно представляет интерес для лингвистов. Попытки выделить особенности речевой деятельности привели к возникновению нового объекта изучения — языковой личности. Деятельность человека определяет систему ценностей, которая проявляется в его речи, а центром внимания становится носитель языка — языковая личность [4, с. 280]. Ю. Н. Караулов под языковой личностью понимает «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: а) степенью структурно-языковой сложности; б) глубиной и точностью отражения действительности; в) определенной целевой направленностью» [5, с. 3].

Ученые выделяют несколько типов языковой личности в зависимости от коммуникативного стиля. В. П. Конецкая упоминает доминантный, драматический (с элементами преувеличения), аргументативный (предполагающий спор, дискуссию), впечатляющий (запоминающийся благодаря удачному употреблению слов или фраз), спокойный (уравновешенный), внимательный, открытый и другие типы коммуникативной личности [6].

И. Н. Горелов и К. Ф. Седов классифицируют типы языковой личности в зависимости от степени конфликтности и способности к кооперации в речевом поведении [3, с. 161]:

1) конфликтный тип (демонстрация отрицательно заряженного эмоционального отношения, стремление доставить адресату моральный дискомфорт, навязать свое мнение собеседнику, настойчивые советы, поучения);

2) центрированный тип (игнорирование собеседника, стремление к самовыражению, «уход в себя»);

3) кооперативный тип (установка на собеседника, но при этом стремление к самовыражению, а иногда демонстрация согласия с точкой зрения собеседника, даже если автор ее не разделяет).

Все эти типы подразделяются еще на различные подвиды.

Целью настоящего исследования является рассмотрение отдельных социолингвистических параметров языковой личности в сети Интернет.

Современный человек все больше времени проводит в сети Интернет, где многие аспекты его речевого поведения остаются неизученными. Особенный интерес представляет то, как раскрывает себя языковая личность в общении в относительно новой языковой среде. Немаловажным фактором являются технические характеристики, которые влияют на речевое поведение языковой личности и задают «правила игры». В связи с этим общение в сети Интернет многими учеными рассматривается с позиций технического и социального контекста.

С. Херринг предложила для рассмотрения компьютерно-опосредованного дискурса (КОД) фасетную классификацию. Цель модели, предложенной С. Херринг, заключается в том, чтобы облегчить выбор и анализ данных в исследованиях КОД. При применении данной классификации руководствуются предположением, что КОД подчиняется двум основным типам влияния: среде (технологический фактор) и ситуации (социальный фактор) [9]. Преимуществом данной схемы является то, что она классифицирует образцы дискурса в терминах кластеров переменных измерений, тем самым сохраняя их сложность (включая совпадения между образцами), и позволяет проводить целенаправленные сравнения внутри и между выборками.

Особое внимание уделяется социальным факторам или факторам среды, так как они наиболее точно отражают поведение языковой личности. Именно они содержат информацию об участниках, их

целях, речевых особенностях и т.д. Социальные факторы коррелируют с представлением Ю. Н. Караулова о трехуровневой структуре языковой личности [5, с. 263]:

1) вербально-семантический уровень отражает степень владения языком (включает фонетические, грамматические, лексические, синтаксические средства, наиболее важными из которых являются лексические);

2) лингво-когнитивный (или тезаурусный) уровень отражает картину мира языковой индивидуальности (сюда входят понятия, идеи, концепты, системы ценностей, актуальные для носителя языка, характеризующегося как языковая личность);

3) прагматический (или мотивационный) уровень включает цели, мотивы, интересы, установки. Эти компоненты проявляются в процессе порождения текстов и их восприятия.

Технологические факторы (синхронность, направление передачи сообщений, каналы коммуникации, сохранность записи чата, размер буфера сообщений, формат сообщений и другие) в данном случае рассматриваются лишь как «рамки» происходящего общения, хоть и влияющие на поведение языковой личности в процессе коммуникации.

Основные результаты

В качестве объекта изучения выбрана языковая личность художника. Можно применить некоторые элементы вышеописанной схемы для изучения языковой личности на основе микроблога художника. Микроблогом является блог какого-либо автора в социальной сети Твиттер. Твиттер обладает рядом особенностей, характерных для микроблоговых платформ, такими как ограничение на объем передаваемой информации (280 символов), использование хэштегов, высокая степень интегрированности в другие сервисы веб 2.0 и т. д. Е. И. Горошко считает Twitter гибридной формой, соединяющей черты нескольких интернет-блогов [2, с. 11].

Для анализа языковой личности художника методом сплошной выборки было отобрано около 25 профилей (микроблогов) современных англоязычных художников, работающих в разных художественных техниках и жанрах (включая комиксы), которые активно публикуют посты на платформе Twitter, а также участвуют в обсуждениях. Количество читателей блогов варьируется от 2000 и более. Возраст и гендерная принадлежность при выборке не учитывались: как правило, это авторы в возрасте от 22 лет и старше, мужчины и женщины в соотношении приблизительно 50 на 50.

Основным ситуационным фактором, определяющим поведение языковой личности художника в Твиттере, на наш взгляд, является цель общения. Превалирующей целью общения для художника в микроблоге выступает презентация себя и своего искусства для публики. Это обстоятельство влияет на использование авторами блога права на анонимность. Поскольку авторам блогов важно заявить о своем творчестве, они указывают свои реальные данные (@PatriciaWatwood, @davidassan, @MaryJaneAnsell), реже — творческие псевдонимы (@AceroneUK). Зачастую выбор псевдонима определяется имиджем художника, как в случае с Бэнкси (@banksynews), который и в реальной жизни бережет свое инкогнито.

Самопрезентация автора в описании профиля также является четкой и ясной (*I do art; Artist; Painter; Painter of the west; Illustrator & Comic Artist*). Зачастую указывается стиль или направление, в котором работает художник (*Classical realist painter; Figurative Painter; contemporary art in archaic ways*). Это облегчает поиск по ключевым словам для возможных читателей блога. Яркие самопрезентационные тексты в описании профиля встречаются реже (*My paintings look like a Ringling Circus, a Flower Show, and a Vintage Clothing festival mashed into one.*). Иногда встречается описание автора от третьего лица (*With superb technique, he infuses a harmony between the natural and the conceptual to create paintings that are provocative and dramatic.*). В шапках профилей часто обнаруживаются ссылки на сторонние сайты или профили автора в социальных сетях, где также можно ознакомиться с творчеством автора; реже в описании встречаются хэштеги.

Основное количество твитов содержит информацию о процессе работы или анонсирование предстоящих выставок. В отдельных случаях целью общения для данной группы пользователей является трансляция своего мнения, поддержание связи с друзьями, знакомыми или поклонниками. Поскольку основным видом активности является обмен информацией, тон общения достаточно официальный, поводов для дискуссий, флирта, оскорблений практически нет. Это обуславливает выбор грамматических и лексических средств языковой личности художника.

Среди лексических особенностей можно отметить частое использование особых художественных терминов, обозначающих материалы и техники (*charcoal on paper, oil on panel, oil on arches oil paper raymarart panel*). Анализ грамматических конструкций выявил широкое использование причастия настоящего времени (*Starting to film more process; Answering fun questions on my story here*)

или номинативных конструкций (*Great lessons from the incomparable jerrysalt; Great little video of my work; Sketchbook study of Survivor Elly Gotz; Stunning inversion this morning*). Как и в любых других примерах сетевой коммуникации, в микроблогах художников нередко эллиптические конструкции

Для речи художника в целом характерно соблюдение орфографических норм, за исключением примеров, которые можно объяснить спецификой общения в сети, например, случаи, когда не используется заглавная буква в начале предложения или для обозначения личного местоимения I (*why i love teaching what im learning and doing so much*), либо, напротив, используется заглавная буква там, где она не требуется (*love the Surface textures im getting in large Survivor painting*). Пренебрежение правилами орфографии, хоть и минимальное в блогах художников, в целом является характерной особенностью сетевой коммуникации [7, с. 126].

В текстах практически не встречается инвективной и ненормативной лексики. Эмоционально-оценочная лексика также характерна для языковой личности художника, особенно когда речь идет о коллегах или их трудах и при описании каких-либо значимых событий (*amazingly humble and inquisitive artist; insanely inspiring instagram account; Our amazingly insightful presentation; Amazing show; watching great artists demo*).

Л. Т. Апажева указывает на то, что тезаурус языковой личности сетевого коммуниканта представляет собой виртуальную картину мира с такими характеристиками, как глобальность, стирание пространственно-временных координат, карнавализация и стирание ограничений в средствах выражения, возможность использования одновременно языковых и визуальных средств, что делает многие записи креолизированными текстами [1, с. 140–141].

Пользователи Твиттер в своих сообщениях активно используют такие технические возможности платформы, как тегинг и интегрированность в другие сайты. Встречаются даже профили, не содержащие текстовые сообщения, а состоящие исключительно из ссылок на другие социальные сети. Кроме того, авторами используются другие неязыковые средства, такие как изображения, смайлы и другие. Это свойственно, в первую очередь, блогам художников, занимающихся комиксами.

Отдельно стоит отметить частотность гипертекстовых вставок в виде ссылок на внешние сайты, профили в социальных сетях. В частности, художники активно используют социальную сеть Инстаграм, на которую ссылаются. В этом случае их произведения разме-

щаются в Инстаграме, а блоги в Твиттере служат дополнительным способом саморекламы. Для некоторых авторов Твиттер представляет собой, главным образом, место для рекламирования своих основных публикаций в социальных сетях (типа Facebook) или видеохостинге YouTube.

Заключение

Языковая личность разными лингвистами рассматривалась с различных позиций. Многие ученые, которые описали речевые портреты некоторых интернет-пользователей, отмечают, что использование языковых средств, установок в общении, стратегий, тактик, предпочтений в стилевой и тональной окраске речи, выбор установок в общении, а также речевое общение в основном зависит от цели общения [8, с. 16]. Как можно увидеть выше, основной целью для языковой личности художника является презентация себя и своего искусства для публики.

Помимо этого, важным при анализе речевого поведения пользователя являются его личностные языковые характеристики: жизненный и языковой опыт (социальные характеристики), когнитивная и речевая компетенция, психологические свойства (характер, темперамент, эмоциональное состояние).

Выбранные нами авторы-художники представляют собой зрелые личности с сформировавшимися жизненными целями и установками, имеющими определенный жизненный и языковой опыт и сконцентрированными на искусстве. Данные признаки отчетливо проявляются в использовании грамматических и лексических средств, в соблюдении грамматических норм. Авторы практически не используют инвективную и ненормативную лексику. Причастные и номинативные конструкции, как правило, задействованы для анонсов предстоящих событий. Сконцентрированность на предмете своего блога — своем искусстве и его продвижении — выражается в широком использовании особой терминологии, демонстрирующей вовлеченность автора в предметную область, а также тот факт, что художники явно избегают вступать в открытые конфликты и дискуссии.

Таким образом, по коммуникативному стилю языковую личность художника (на примере микроблогов в Твиттере) можно назвать спокойной и сконцентрированной на своем предмете. По степени конфликтности языковая личность художника относится к кооперативному типу (установка на собеседника, но при этом стремление к самовыражению).

Литература

1. Апажева Л. Т. Модель языковой личности субъекта виртуальной коммуникации // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2014. № 16. С. 138–144.
2. Горошко Е. И. «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер, или Что нового появилось в виртуальном жанроведении // Вестник ТвГУ. Сер.: Филология (1). 2011. Вып. 1. С. 11–20.
3. Горелов И. Н. Основы психолингвистики : учеб. пособ. / И. Н. Горелов, К. Ф. Седов. М. : Лабиринт, 1997. 224 с.
4. Григорьева-Голубева В. А. Становление гуманистических ценностей педагога (в аспекте языковой личности): дис. ... д-ра пед. наук / В. А. Григорьева-Голубева. СПб., 2002. 493 с.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / изд. 7-е. М.: ЛКИ, 2010. 264 с.
6. Конецкая В. П. Социология коммуникации М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. 304 с.
7. Лутовинова О. В. Языковая личность в интернет-коммуникации // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. 2-е изд., стер. М. : ФЛИНТА; Наука, 2014. С. 124–138.
8. Попова Т. И. Интернет-пространство: речевой портрет пользователя : коллективная монография / Т. И. Попова и др.; под ред. Т. И. Поповой. СПб.: Эйдос, 2012. 224 с.
9. Herring S. C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse // Language@Internet. 2007. Vol. 4. URL: <http://www.languageatinternet.org/articles/2007/761>.

*Статья поступила в редакцию 05.03.19 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*