

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Ю. А. Книга

Введение. Интернет и социальные сети, являясь неограниченным пространством для самовыражения личности, постоянно набирают популярность. Молодежь использует Интернет не просто как средство коммуникации, развлечения или получения необходимой информации, но и как способ презентовать себя как личность, самоутвердиться среди сверстников, выразить свое юмористическое или критическое отношение к действительности. Обращаясь к сети Интернет, молодые люди реализовывают те социальные функции, которые они часто не способны осуществить в реальной коммуникации по тем или иным причинам.

Для осуществления коммуникативного воздействия Интернет-пользователи прибегают к различным коммуникативным стратегиям, к которым относится и стратегия самопрезентации. Одним из механизмов самопрезентации личности в Интернет-дискурсе является языковая игра, которая может реализовываться на всех уровнях языка.

Актуальность работы связана в первую очередь с недостаточной изученностью языковой игры как средства реализации коммуникативной интенции говорящего в интернет-дискурсе.

Дискурс как многозначное понятие. Классификация дискурса. Дискурс – многозначное понятие, возникшее в середине XX в. Дискурс является объектом изучения многих научных дисциплин (лингвистики, философии, литературоведения, психологии, логики и др.), однако и сегодня не существует единой формулировки определения дискурса.

Впервые о дискурсе как лингвистическом термине заговорили Э. Бьюиссанс и З. Хэррис. Сам термин «discours» с французского языка можно перевести как «речь, выступление», т. е. дискурс – это процесс коммуникации, разговор. Ф. де Соссюр отождествлял дискурс с речью. Этому мнению также придерживается и Н. Д. Арутюнова, которая понимает дискурс как «речь, погруженную в жизнь» [1, с. 136]. П. Серио выделил восемь значений термина «дискурс», каждое из которых так или иначе связано с речью: «1) эквивалент понятия “речь” в соссюрском смысле, т. е. любое конкретное высказывание; 2) единица, по размерам превосходящая фразу, высказывание в глобальном смысле; 3) воздействие высказывания на его получателя и его внесение в “высказывательную” ситуацию; 4) беседа, рассматриваемая как основной тип высказывания; 5) речь с позиций говорящего в противоположность повествования, которое не учитывает такую позицию (по Э. Бенвенисту); 6) употребление единиц языка, их речевая актуализация; 7) социально или идеологически ограниченный тип высказываний, например феминистский дискурс; 8) теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста» [2, с. 26-27].

Основное отличие дискурса и текста заключается в том, что текст является результатом речевой деятельности, в то время как дискурс – «процесс речемыслительной деятельности» [3, с. 32]. Т. А. ван Дейк отмечает, что «дискурс – это понятие, касающееся речи, актуального речевого действия, тогда как «текст» – это понятие, касающееся системы языка или формальных лингвистической компетентности» [4].

К основным критериям типологии дискурса относятся:

- а) модус или канал передачи информации (устный и письменный);
- б) форма организации (монологический и диалогический);
- в) социальные отношения участников дискурса (личностно-ориентированный и статусно-ориентированный);
- г) функциональный стиль (разговорный, научный, официально-деловой, публицистический и разговорный);

д) коммуникативная сфера (юридический, религиозный, криминальный и др.);

е) жанр (интервью, дискуссия, доклад и др.) [5, с.101–102].

В. И. Карасик в своих работах предлагает анализировать дискурс с позиций прагмалингвистики (юмористический и ритуальный дискурс) и социалингвистики (персональный и институциональный типы дискурса) [6]. При этом интернет-дискурс можно отнести к институциональным типам дискурса.

Интернет-дискурс в общей парадигме дискурса. В последние два десятилетия Интернет-дискурс (также «виртуальный дискурс», «компьютерный дискурс», «электронный дискурс») стал объектом исследований многих лингвистов, в том числе Д. Кристала, Н. Барон, С. Херринг, М. С. Рыжкова Е. Н. Галичкиной, Д. В. Галкиной, Н. А. Ахреновой и др. М. С. Рыжков под Интернет-дискурсом понимает «когнитивно-коммуникативное пространство Глобальной сети, в котором посредством электронного канала передачи данных и гипертекстуального механизма их структуризации и маршрутизации с помощью (пара)вербальных средств осуществляется коммуникативное взаимодействие, характеризующееся субституцией реального образа вымышленным» [7, с. 56]. Н. А. Ахренова полагает, что специфика Интернет-дискурса проявляется во всех областях: имеются особенности графические и орфографические, лексические, грамматические [8].

Как и всякий другой тип дискурса, Интернет-дискурс обладает определенным набором характеристик и особенностей. К ним относятся: диалогичность; особый авторский характер; совмещение категорий читатель-автор; снятие ограничения во времени и пространства (участники коммуникации могут общаться независимо от их местоположения и часового пояса); статус участников должен быть равен; формирование общей картины мира; неограниченный выбор языковых средств [9]. Лексика Интернет-дискурса формируется на основе общеупотребительных лексем, однако также насыщена сленгом, техническим жаргоном, неологизмами и окказионализмами, что также является характерной особенностью Интернет-дискурса. Одним из основных преимуществ Интернет-дискурса в сравнении со многими другими типами дискурса является отсутствие гендерных, возрастных, социальных и профессиональных рамок для участников коммуникации. Кроме того, у коммуникантов есть возможность сохранить анонимность, что часто невозможно в других типах дискурса.

Интернет-дискурс также имеет свои жанровые особенности. Е. И. Горошко и Е. А. Жигалина в своем исследовании «Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное» выделяют основные гипержанры и жанры, функционирующие в Интернет-дискурсе. К гипержанрам Интернет-коммуникации лингвисты относят: сайт (arzamas.academy, thequestion.ru); блог и микроблог (livejournal.com, twitter.com); социальную сеть (vk.com, facebook.com); электронную библиотеку (librusek.kosuxa.ru, mybook.ru) [10, с. 115].

К собственно Интернет-жанрам можно отнести: электронное письмо; форум; чат; доски объявлений; рекламные баннеры; коммуникация с помощью программ мгновенного обмена сообщениями; виртуальная конференция; пост, или заметка автора; комментарий [10, с. 115]. При этом также можно выделить субжанры (несамостоятельные жанры) поста, например, статус в социальных сетях (vk.com) или подпись к фотографиям в микроблогах (tumblr.com).

Л. Ю. Щипицина предлагает альтернативную классификацию по критерию коммуникативных функций интернет-общения: информативные жанры (веб-страницы новостных агентств и сетевых СМИ, онлайн-энциклопедии, электронные библиотеки и др.); директивные жанры (веб-реклама, интернет-магазины); коммуникативные жанры (чат, электронные письма, социальные сети); презентационные жанры, служащие для самовыражения (личные веб-страницы, веблоги); эстетические жанры (сетевой роман, фанфикшн); развлекательные жанры (многопользовательские миры и игры) [11].

К наиболее широко изучаемым гипержанрам можно отнести блог (микроблог) и социальную сеть, поскольку именно в рамках данных онлайн-сервисов пользователи чаще

всего проявляют свою социальную позицию, активно участвуют в комментировании и обсуждении тех или иных явлений действительности, выражают свое мнение и эмоции, имеют возможность публично общаться как со своими знакомыми и друзьями, так и со знаменитостями.

Самопрезентация как тактика и как стратегия. Интернет-пользователи прибегают к различным коммуникативным стратегиям и тактикам с целью достижения определенной коммуникативной цели. В наиболее общем смысле под коммуникативной стратегией понимается некая теоретическая модель, посредством которой будет достигаться поставленная коммуникативная цель, в то время как тактика – набор конкретных действий, то, как коммуникативная стратегия будет реализовываться [12].

Самопрезентация может рассматриваться и как стратегия (см. исследование О. Н. Паршиной [13]), и как тактика (см. исследование Е. Н. Василенко [14]). При этом тактика самопрезентации выражает желание говорящего представить себя в выгодном свете, заставить адресата уважать адресанта, склонить его к признанию авторитетности мнения, слов говорящего [14, с. 55]. Н. Л. Грейдина понимает под самопрезентацией «частный случай коммуникативной презентации, под которой понимается сложный многоплановый процесс установления и развития межперсональных контактов, включающий в себя также выработку стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другими людьми» [15, с. 15]. Н. И. Салиникова классифицирует средства самопрезентации личности следующим образом:

- а) личностно-кваликативные (создание «маски» посредством социальной, психологической, физиологической категоризации субъекта);
- б) действенные (побуждение к действию);
- в) интеллектуальные (своеобразная анафора, принуждающая к логическим операциям);
- г) лингвокультурные (апелляция к общекультурным знаниям «читателя»);
- д) эстетические (использование экспрессивных вербальных, невербальных и паравербальных средств гипертекста);
- е) людические (языковая игра) [16, с. 130].

Таким образом, языковая игра является одним из механизмов реализации коммуникативной стратегии самопрезентации.

Языковая игра как прием стратегии самопрезентации. Языковая игра является не только одним из важнейших способов достижения юмористического эффекта (о способах создания эффекта языковой игры на различных языковых уровнях в сфере юмористического дискурса см. [17]), однако также широко используется для реализации коммуникативной стратегии самопрезентации в Интернет-дискурсе.

Термин «языковая игра» был введен австрийским философом и логиком Л. Витгенштейном в его работе «Философские исследования» в 1953 г. Ученый полагал, что любая речевая деятельность человека так или иначе соотносится с языковой игрой. Так как речь используется с различными намерениями (просьба, приказ, рассказ), речевое поведение может быть очень разносторонним.

Данную теорию развивали такие лингвисты, как В. З. Санников [18] и С. Ж. Нухов [19], впоследствии пришедшие к выводу, что адресант (говорящий) использует различные речевые формы общения для достижения определенного юмористического эффекта. Таким образом, под языковой игрой в общем смысле можно понимать «определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка» [20, с. 657].

В результате многочисленных исследований, были выделены следующие признаки языковой игры:

- 1) наличие отправляющего и получателя («диалогизм»);
- 2) креативность речемыслительной деятельности;

- 3) использование средств всех языковых уровней;
- 4) развлекательная направленность и, как результат, достижение юмористического эффекта.

Б. Ю. Норман к основным чертам языковой игры относит эстетический момент (по мнению лингвиста, языковая игра – это красивое и изящное явление) и сопряжение языковой игры с юмористическим эффектом [21, с. 8–9].

Различные источники предлагают многообразие способов осуществления языковой игры на всех языковых уровнях: фонетическом, словообразовательном, лексическом и синтаксическом [18, с. 51–317], [22, с. 32–56]. Ниже рассмотрим конкретные приемы языковой игры, которые могут быть использованы говорящим для достижения коммуникативной интенции.

На фонетическом уровне языковая игра строится, как правило, на созвучии и изменении звуковой оболочки слова. Приемами фонетической игры слов являются: аллитерация; ассонанс; метатеза; протеза; ономотопея (звукоподражание); внедрение диалекта; рифма.

Словообразовательная языковая игра – достаточно частое явление, которое осуществляется посредством создания новых слов – неологизмов и окказионализмов – неологизмов, созданных автором внутри произведения. Словообразовательная языковая игра осуществляется с помощью следующих средств: контаминации; префиксации; суффиксации; «повтора-отзвучия» («фокус-покус» приема); аббревиации.

Наиболее широко в языковой игре используются средства лексического уровня языка: сравнение; переигрывание; метафора; антономасия (антономазия); олицетворение; алогизм; эпитет; каламбур; оксюморон; гипербол; перифраз.

Громоздкость синтаксических единиц часто мешает их использованию внутри языковой игры. Тем не менее можно выделить некоторые виды синтаксической языковой игры: парцелляция; повтор (синтаксический и лексический); тавтология; зевгма; риторический вопрос.

Выводы. Понятие «дискурс» имеет множество различных трактовок, что мешает исследователям прийти к единому его определению. В связи с многозначностью самого термина трудно представить какую-либо определенную классификацию дискурса, однако с позиции социолингвистики Интернет-дискурс можно отнести к институциональному типу дискурса.

Под Интернет-дискурсом стоит понимать текст либо сообщение, созданные в ходе взаимодействия коммуникантов в рамках Всемирной сети. Интернет-дискурс характеризуется диалогизмом, анонимностью, отсутствием социальных рамок и ограничений во времени и пространстве. Лексика Интернет-дискурса многообразна и сочетает в себе как общеупотребительные лексемы, так и специфическую компьютерную лексику. К основным гипержанрам Интернет-дискурса принято относить сайт, социальную сеть, блог и электронные библиотеки.

Существует большое количество разновидностей коммуникативных стратегий и тактик. Самопрезентация может рассматриваться и как стратегия, и как тактика. Именно в социальных сетях и блогах Интернет-пользователи активно используют различные механизмы самопрезентации, тем самым экспериментируя с языком, воздействуя на собеседника (читателя блога) и формируя определенное отношение к себе. Одним из таких механизмов является языковая игра.

Языковая игра включает в себя огромное количество языковых средств, относящихся к различным языковым уровням: фонетическому, словообразовательному, лексическому и синтаксическому. На различных уровнях языковая игра осуществляется при помощи различных средств: на фонетическом уровне – рифмы, ономотопеи, метатезы и др., на словообразовательном – повтора-отзвучия, контаминации, суффиксации и др., на лексическом – эпитетов, метафор, гипербол и др., на синтаксическом – повторов, парцелляции, риторических вопросов и др.

Список использованных источников

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. – Москва, 1990. – С. 136–137.
2. Серио, П. Как читают тексты во Франции. Вступительная статья / П. Серио // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М. : Прогресс, 1999. – С. 12–54.
3. Борботько, В. Г. Принципы формирования дискурса : От психолингвистики к лингвосинергетике / В. Г. Борботько. – 4-е изд. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 288 с.
4. Дейк, Т. А. ван. К определению дискурса [Электронный ресурс] / Т. А. ван Дейк. – Режим доступа : <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>. – Дата доступа : 01.10.2018.
5. Василенко, Е. Н. Основные критерии типологии дискурса / Е. Н. Василенко // Куляшоўскія чытанні : матэрыялы Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, Магілёў, 20–21 красавіка 2017 г. / пад рэд. В. М. Шаршневай. – Магілёў : МДУ імя А.А. Куляшова, 2017. – С. 100–102.
6. Карасик, В. И. О типах дискурса [Электронный ресурс] / В. И. Карасик. – Режим доступа : <http://rus-lang.isu.ru/education/discipline/philology/disrurs/material/material2/>. – Дата доступа : 26.09.2018.
7. Рыжков, М. С. Прецедентные персонажи синхронного Интернет-дискурса / М. С. Рыжков // Язык, коммуникация и социальная среда. – Вып 8. – Воронеж : ВГУ, 2010. – С. 56–63.
8. Ахренова, Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. на соискание степени д-ра филол. наук 10.01.01 / Н. А. Ахренова / – М., 2009. – 36 л.
9. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ... канд. филол. наук 10.01.01 / Н. Г. Асмус. – Челябинск, 2005. – 265 л.
10. Горошко, Е. И. Виртуальное Жанроведение: устоявшееся и спорное / Е. И. Горошко, Е. А. Жигалина // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер. Филология. Социальные коммуникации. – 2011. – Т. 24 (63). – №1. – Ч. 1. – С. 105–124.
11. Щипицина, Л. Ю. Комплексная характеристика жанра компьютерно-опосредованной коммуникации (на примере вебстраниц новостных агентств) [Электронный ресурс] / Л. Ю. Щипицина. – Режим доступа : <http://www.pags.ru/science/conferences/E-Conference/Shipitina.doc>. – Дата доступа : 10.08.2018.
12. Ветринская, В. В. Коммуникативные стратегии и тактики, используемые при собеседовании при приеме на работу [Электронный ресурс] / В. В. Ветринская. – Режим доступа : <http://www.nor-dipo.ru/ru/node/472>. – Дата доступа : 29.10.2018.
13. Паршина, О. Н. Российская политическая речь: теория и практика / О. Н. Паршина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : ЛКИ, 2007. – 227 с.
14. Василенко, Е. Н. Языковые средства убеждения в политическом дискурсе / Е. Н. Василенко. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2018. – 164 с.
15. Грейдина, Н. Л. Основы коммуникативной презентации / Н. Л. Грейдина. – М. : АСТ, 2005. – 384 с.
16. Сальникова, Н. И. Типы самопрезентации в Интернет-дискурсе, обусловленные фактором канала коммуникации (на материале франкоязычных сайтов) / Н. И. Сальникова // Вестник ИГЛУ. – 2010. – № 4 (12). – С. 180–185.
17. Василенко, Е. Н. Приемы языковой игры в американском юмористическом дискурсе (на материале ситкома «Scrubs») / Е. Н. Василенко, Ю. А. Книга // Філологічні студії. Наук. вісн. Криворізького держ. пед. ун-ту. – 2017. – Вып. 16. – С. 296–303.
18. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.

19. Нухов, С. Ж. Языковая игра в словообразовании (на материале лексики английского языка) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / С. Ж. Нухов. – М., 1997. – 372 л.
20. Данилевская, Н. Л. Языковая игра / Н. Л. Данилевская // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под. ред. М. Н. Кожинной [и др.]. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта : Наука, 2006. – С. 657–660.
21. Норман, Б. Ю. Игра на гранях языка / Б. Ю. Норман. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 344 с.
22. Ковыляева, Н. Е. Языковая игра как средство формирования семантики и прагматики дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Н. Е. Ковыляева. – Нальчик, 2015. – 186 л.