

УДК 81.23

РОЛЬ ПОЛИКОДОВЫХ ТЕКСТОВ В САМОПРЕЗЕНТАЦИИ УЧАСТНИКОВ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВА

Д.С. Мичурин

Московский институт лингвистики, Москва

Исследование поликодовых произведений, где семантика языкового знака взаимодействует с изобразительным контекстом, – относительно новое направление в лингвистике текста. В статье изложены результаты изучения роли поликодовых текстов в коммуникации на интернет-форумах. Автор приходит к выводу, что знаковая специфика поликодовых сообщений позволяет им успешно выполнять специфическую функцию – функцию самопрезентации в виртуальной среде.

Ключевые слова: *поликодовый текст, интернет-коммуникация, имидж-форум, самопрезентация.*

Широкое распространение сети Интернет привело к формированию нового пространства для общения – виртуальной среды, задающей специфические правила взаимодействия. Эти правила могут существенно отличаться от привычных для человека требований, применяемых к его общению в условиях предметного мира. Изменение условий общения приводит к необходимости нового самоопределения и новых способов самопрезентации. В отсутствие непосредственного контакта физическая недоступность требует намеренного включения в самопрезентацию таких очевидных в повседневном общении аспектов личности коммуниканта, как пол, возраст, физические характеристики. Вместе с этим создаются условия для их подмены, а также для игры с социально важными детерминантами: национальностью, социальной принадлежностью и другими. В этих условиях участник виртуальной коммуникации получает возможность не только реконструировать свои индивидуальную и социальную идентичности, но и попытаться создать новые.

По мере расширения аудитории интернета проблема самопрезентации виртуальной личности всё чаще попадает в поле зрения учёных. Для лингвиста ключевой задачей здесь выступает раскрытие семиотических механизмов порождения и существования новой идентичности в альтернативном социуме. При этом речь идёт именно о знаковых, а не исключительно вербальных механизмах, так как современные технологии позволяют включать в коммуникацию иконические элементы. Соединение вербальных средств с иконическими приводит к созданию поликодовых текстов.

Специфика механизма самопрезентации в интернете во многом детерминируется таким свойством сетевой коммуникации, как виртуальность – развёртывание в искусственной среде, создаваемой компьютерной программой. Одним из аспектов виртуальности нередко выступает анонимность, позволяющая создавать новую идентичность, которая даже в базовых аспектах может отличаться от тех, которые выстраиваются в повседневной жизни – пол, возраст, национальность. Этот же фактор влияет на поведение коммуникантов, давая им возможность получать новый опыт, экспериментировать с разными тактиками и стратегиями общения, включая девиантные.

Основным средством управления впечатлениями о себе у интернет-сообщества выступает слово, которое, по замечанию Н.А. Курчаковой, может использоваться для самоописания и самовыражения.

«В первом случае человек создает свой образ, используя описание, и создает иконический образ себя, максимально близкий к его личности. Во втором случае создаваемый объект отличается от "выражающего" человека, и автор предстает перед нами в косвенном, символическом виде» [1, 142].»

Обе эти функции могут быть реализованы также через иконические элементы. Рассмотрим средства самопрезентации, доступные пользователям различных площадок интернет-коммуникации.

Чат – площадка для обмена сообщениями в режиме реального времени. Сиюминутность коммуникации – главное его отличие от других коммуникативных площадок. Как правило, опубликованные тексты становятся доступными для всех участников общения в едином окне и в хронологическом порядке. В последние годы получили широкое распространение голосовые чаты и видеочаты. (Они относятся к разновидностям полимодальной коммуникации, и их рассмотрение выходит за рамки задач, решаемых в этой статье.)

Набор средств для самопрезентации субъекта в чате минимален – это выбранное участником общения имя и сами публикуемые тексты. Анализ имён показывает, что существует ряд клише, к которым наиболее часто прибегают пользователи. К ним относятся: собственное имя или действительное прозвище; имена из прецедентных текстов; названия животных, птиц и т.п.; названия явлений и качеств; ругательные и нецензурные слова; бессмысленный набор символов [2]. Участник общения свободен в выборе условного имени, так как общение в чате обычно носит неформальный характер. Это даёт определённые возможности для создания новой идентичности, которая, в том числе, отражается в выбираемом имени. В зависимости от того, какое имя выбирает пользователь, в нём может доминировать функция самоописания (собственное имя) или самовыражение (ругательное слово).

При всей важности выбираемого имени всё же главным инструментом самопрезентации выступают производимые участниками коммуникации тексты. Важным для создания собственного имиджа могут быть темы, которые поднимает автор, его грамотность, а также манера общения. Таким образом, в отсутствие иных каналов информации об авторе, общение в чате способствует созданию того, что В.В. Виноградов называл «речевой маской» – возможности управлять впечатлением о себе через отбираемые средства языка/речи [3].

Использование иконических средств в чате минимально. Оно сводится к включению в текст сообщений эмодзи («смайликов»), выполняющих преимущественно функцию самовыражения.

Блогом называют сайт/страницы в интернете, используемые для ведения виртуального дневника. В отличие от классического личного дневника, блог обычно открыт самой широкой аудитории для чтения и комментирования. Именно обсуждение записей, публикуемых автором блога, в комментариях превращает блог в ещё одну разновидность площадок для общения.

По имеющемуся в распоряжении пользователя арсеналу средств самопрезентации блоги заметно превосходят чаты. Нередко к возможности выбрать имя добавляется функция выбора так называемого юзерпика, или аватара, – изображения, которое сопровождает каждый текст автора вместе с его именем и выступает его сетевым портретом. Юзерпик – значимый инструмент самопрезентации. В нём может размещаться портрет пользователя (самоописание), но нередко в качестве юзерпика используются изображения, описывающие человека не физически, а со стороны его увлечений: это может быть символика любимой спортивной команды или музыкальной группы, аллюзия на принадлежность к определённому сообществу (автолюбителей, геймеров, анимэшников и т.п.) либо изображение, отражающее мировоззрение пользователя (эмо, хипстеры). Такие аватары очень эффективны в функции самоописания, так как наглядно сигнализируют о ценностных ориентирах и предпочтениях автора, заменяя собою целые тексты.

Интернет-форум отличается от коллективного блога тем, что основой для организации общения выступают специально создаваемые тематические разделы. Форум задаёт темы для публикуемых сообщений и позволяет комментировать их.

В отличие от чата, взаимодействие на форуме носит отложенный характер: сообщения сохраняются, но постепенно сдвигаются при этом с начальной позиции, вытесняясь более поздними текстами. Сообщение, инициирующее дискуссию, и совокупность размещаемых в хронологическом порядке комментариев формируют особую ветку форума – так называемый тред. Рядом с сообщением и комментариями указывается

имя автора и минимальная информация о нем. Также может быть размещен его аватар. Дополнительную информацию о себе пользователи могут размещать в своем профиле. Кроме этого, на многих интернет-форумах присутствует система построения репутации (пользователи оценивают поведение друг друга, что отображается в статистике, фигурирующей в профиле). Репутация, выраженная неким числовым значением, в значительной степени влияет на виртуальную идентификацию пользователей. В остальном способы самопрезентации приблизительно те же, что в блогах.

Отдельного упоминания заслуживают *имидж-форумы* – площадки для анонимного общения с функцией прикрепления к вербальному тексту сопровождающего изображения. Если многие другие сообщества развиваются, эксплуатируя стремление человека к самопрезентации и предлагая ему все необходимые для этого инструменты, то анонимные имидж-форумы в большей степени предназначены для реализации человеком тех коммуникативных тактик и стратегий, которые он не связывает со своей персоной в реальной жизни. На имидж-форуме любой пользователь может публиковать сообщения, инициирующие дискуссию, или комментировать чужие тексты, не представляясь сообществу. Для этого, в отличие от большинства существующих площадок интернет-коммуникации, не требуется ни регистрации, ни авторизации, ни других действий, обеспечивающих доступ для пользователя и контроль со стороны администрации сайта. Также не предполагается фильтров, возрастных ограничений и системы принудительного ранжирования текстов и сопутствующих им комментариев.

Требование анонимности ставит перед пользователями проблему поиска средств самопрезентации, которые позволили бы обойти существующий запрет. Поскольку система регистрации отсутствует, публикуемое сообщение никак не связано с именем автора или его аватаром. Отсутствует также возможность оценить его активность, проследить связь сообщения с историей предыдущих взаимодействий автора с другими пользователями, установить репутацию. Идентифицировать пользователя можно только в рамках отдельного треда с опорой на используемые им речевые средства и прикрепляемые изображения. В таких условиях пользователь, лишённый возможности представлять (описывать) себя сообществу, максимально использует иконические средства самовыражения. В частности, он может прикреплять изображения, связанные между собою по какому-либо признаку. Несмотря на отсутствие юзерпика, не предусмотренного в подобных сообществах, формальное либо содержательное сходство прикрепляемых изображений позволяет проследить сообщения одного автора и создаёт его условный портрет через единство способов самовыражения.

Социальные сети – еще одна интернет-платформа для коммуникации, отличающаяся от других тем, что центральным элементом здесь выступает профиль пользователя, отображающий действительные данные его биографии (что не исключает возможности создания псевдо-профиля с ложными данными). Гарантией реальности персональных данных отчасти выступает выстраиваемая пользователем сеть друзей и знакомых, подтверждающих знакомство с ним.

Социальные сети интегрируют черты множества (если не всех) перечисленных площадок интернет-коммуникации, таких как:

- электронная почта (возможность личной переписки с отложенным ознакомлением и обмена файлами);
- чат с его системой мгновенных сообщений (личная переписка в реальном времени), а также аудио- и видеочаты;
- блог (возможность создания сообществ пользователей по общим интересам или фактам биографии);
- интернет-форумы («стена» для обсуждения сообщений, публикуемых пользователем в профиле).

В действиях, направленных на создание профиля, чётко прослеживается решение обеих задач (самоописания и самовыражения), хотя отделить одну от другой иногда проблематично. Так, к элементам самоописания, несомненно, может быть отнесено указание в профиле своего имени. Однако здесь возможны разные варианты: полное имя (с отчеством и фамилией); имя и фамилия (без отчества), имя и отчество (без фамилии), только имя, имя в уменьшительно-ласкательной форме, имя и фамилия со вставленным между ними прозвищем (ником). Представляется, что каждый из указанных вариантов обладает некоторым потенциалом с точки зрения самовыражения пользователя. Называя себя полным именем, пользователь подчёркивает свою значимость (*Владимир*, но не *Вова*) и, напротив, фигурируя под сокращенным именем или просто ником, демонстрирует готовность к неформальным отношениям. Подобная двойственность самоописания и самовыражения проявляется в использовании текстов иконической природы. Размещая в профиле собственные фотографии, пользователь знакомит окружающих с собой – описывает себя, но пополняя свой альбом иными изображениями, он в большей степени нацелен на самовыражение.

С подбором аватара ситуация приблизительно аналогична той, что описана в применении к блогам, хотя размещение собственного профиля в социальной сети все же предполагает, что в качестве аватара пользователь будет использовать собственную фотографию.

Проведённый обзор интернет-площадок для коммуникации показал, что иконические знаки разной степени сложности играют важную роль в самопрезентации пользователя социальных сетей. В условиях опосредованного общения, когда коммуниканты не представлены друг

другу физически, изобразительные элементы позволяют членам сообщества описать себя и выразить свою индивидуальность. В некоторых случаях они могут использоваться для создания альтернативной идентичности, не соответствующей действительным характеристикам. Современные интернет-технологии создают всё более широкий спектр возможностей для самопрезентации взаимодействующих субъектов, расширяя возможности включения в коммуникацию невербальной информации.

Список литературы

1. Курчакова Н.А. Формы самопрезентации в блоге [Текст] / Н.А. Курчакова // *Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet*. – СПб. : СПбГУ. – 2007. – С. 132–163.
2. Покровская Е.А. Самопрезентация в чате (на материале русских и англоязычных интернет-чатов) [Электронный ресурс] / Е.А. Покровская // *Язык. Культура. Общество*. – 2010. – Вып. 2. – Режим доступа: <http://yazik.info/>
3. Селютин А. А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности [Текст] / А.А. Селютин // *Вестник Челябинского государственного университета*. – 2009. – № 35 (Филология. Искусствоведение). – Вып. 37. – С. 138–141.

IMPACT OF MULTIMODAL TEXTS ON THE WAYS OF SELF-PRESENTATION IN VIRTUAL INTERNET-BASED COMMUNICATION

Dmitry S. Michurin

Moscow Linguistic Institute, Moscow

Analyzing multimodal texts, where language semantics depends on the context of other semiotic systems, is regarded as a new direction within the framework of text linguistics. The paper looks into the use of multimodal texts in Internet-based communication. The author argues the specific potential of multimodal messages as a new way of self-presentation in virtual communication.

Keywords: *multimodal text, Internet-based communication, image-board, self-presentation.*

Об авторе:

МИЧУРИН Дмитрий Сергеевич – аспирант кафедры общего языкознания Московского института лингвистики, e-mail:

buravsic@gmail.com

Научная библиотека ТвГУ