

УДК: 811.161.1:004.738.5

DOI: 10.26456/vtfilol/2021.2.064

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ УСТНОСТЬ И ПИСЬМЕННОСТЬ КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

А.В. Палкова

Тверской государственной университет, Тверь

В данной статье рассматриваются особенности формирования сетевой идентичности и самопрезентации в условиях «коммуникации от клавиатуры к экрану», которая условно располагается в континууме между «медиальной письменностью» и «концептуальной устностью». Общение в чатах, мессенджерах и социальных сетях осуществляется в условиях функционирования «вторичной устности».

Ключевые слова: *сетевая идентичность, Интернет-коммуникация, устность, письменность.*

Данная статья посвящена рассмотрению лингвистических особенностей «коммуникации от клавиатуры к экрану» («Keyboard-to-Screen-Kommunikation») и влиянию данных характеристик на формирование сетевой идентичности коммуникантов. Стремительное развитие информационных технологий является причиной существенной трансформации современной системы коммуникации. По словам М. Кастельса, «Интернет – это коммуникационный медиум, который впервые сделал возможным общение многих людей со многими другими в любой момент времени и в глобальном масштабе» [2].

Термин «Keyboard-to-Screen-Kommunikation» употребляется здесь вслед за немецкими лингвистами К. Дюршайдт и К. Фрик [11], поскольку при рассмотрении коммуникации в таком аспекте акцент делается именно на способе ввода и вывода информации, а не на определенном средстве коммуникации (компьютер или мобильный телефон) и не на определенном средстве передаче данных (мобильная связь или Интернет). Таким образом, речь идет о письменной электронной коммуникации, в которой для ввода и чтения письменных сообщений используется клавиатура (реальная или виртуальная) и экран устройства. Более подробно о «коммуникации от клавиатуры к экрану» на примере чатов см. [7, 8], на примере СМС и мессенджеров см. [9].

Следует отметить, что данный термин включает в себя различные формы современной массовой коммуникации, которые в настоящее время объединяются в рамках популярных платформ (например, групповой чат и индивидуальный обмен сообщениями в мессенджерах, синхронная и асинхронная групповая и персональная коммуникация в социальных сетях). Д.С. Мартыанов отмечает, что 10–15 лет назад Интернет было принято называть «сеть сетей», однако сейчас уместно определение Интернета через метафору «сеть социальных сетей», что подразумевает доминирование социальных сетей над другими типами ресурсов [6].

Важным психологическим, социологическим и психолингвистическим аспектом данного типа коммуникации является **самопрезентация** коммуникантов и формирование их **сетевой идентичности**. В научной литературе существует множество терминов для обозначения данного понятия [5, 10]. По мнению А.Е. Войскунского, термин «сетевая идентичность» является наиболее удачным по сравнению с более распространенным термином «виртуальная идентичность» [1].

Сетевая идентичность – это совокупность гипертекстовых компонентов сетевого облика индивида, формируемого им в рамках онлайн-среды с целью самопрезентации и отражающего реальные аспекты его личности. **Самопрезентация** – это процесс, посредством которого индивиды стараются контролировать впечатления других людей о себе [1].

Для рассмотрения аспектов формирования сетевой идентичности с лингвистической точки зрения наиболее актуальными являются такие формы коммуникации, как *чаты* на начальном этапе развития Интернета как средства массовой информации и коммуникации и *социальные сети* на этапе развития Веб 2.0. По мнению Н.Б. Мечковской, чаты – это своего рода «детская комната» сетевого общения, из которой развились более дисциплинированные и содержательные формы: из коллективных чатов – онлайн-тематические конференции и форумы, а также сообщества по интересам в социальных сетях, из «приватных» чатов – мгновенный обмен текстовыми сообщениями в мессенджерах [7].

Важной особенностью коммуникации «от клавиатуры к экрану» является феномен «**письменной устности**» / «**schriftliche Mündlichkeit**». Современные формы коммуникации, опосредованной компьютерами или мобильными устройствами, находятся **в континууме между «медиальной письменностью» и «концептуальной устностью»** (по теории Коха/Эстеррайхера), т.е. являются письменными / графическими по форме реализации и устными по концепции, что связано с разговорностью стиля общения и привязанностью коммуникации к определенной ситуации, а также с синхронностью (квазисинхронностью) передачи данных [7].

Опосредованная техническими средствами форма коммуникации задает определенные рамочные условия, которые превращают общение в письменный диалог в реальном времени между людьми, находящимися на расстоянии, что создает эффект так называемого «далекого присутствия». Именно поэтому чаты называют «письменной беседой / разговором».

В этой связи следует вспомнить теорию коммуникации М. Маклюэна и его последователя У. Онга. Идея М. Маклюэна о том, что электронные средства коммуникации возвращают нас в эпоху племенного общества, была развита У. Онгом в **концепцию «вторичной устности» («secondary orality»)** [12]. Новые средства хранения и передачи информации способствовали выходу человечества на новый виток исторической спирали, для которого характерны явления, присущие эпохе устности, но на качественно новом уровне. По-прежнему опираясь на «грамотное» логическое мышление, в аспектах, связанных с коммуникацией, человек снова стал воспринимать окружающий мир подобно тому, как он делал это в эпоху устности. Информационный поток в Интернете настолько объемный, что *человек не успевает воспринимать*

информацию линейно, он возвращается к фрагментарному восприятию, типичному для дописьменной эпохи первичной устности [3].

Именно появление чатов и впоследствии социальных сетей способствовало возрождению «устной» формы дискурса, базирующейся на культуре письменности. По словам И. Чен, «устная коммуникация предполагает участие, интерактивность, общность и сосредоточенность на настоящем. Это и есть Интернет» (цит. по [4]). Таким образом, общение в социальных сетях осуществляется по принципам эпохи первичной устности. Люди формируют представление о личности, демонстрируя свои предпочтения, наличие связи друг с другом, свое отношение друг к другу, оставляя сообщения в ленте и обмениваясь визуальными символами [4].

Важным аспектом в определении идентичности как в племенном обществе, так и в социальных сетях является принадлежность к тому или иному сообществу. Исследователи в области антропологии отмечают, что подобное поведение свидетельствует о «возрождении определенных мыслительных паттернов, присущих устной коммуникации, когда аспект социализации имел колоссальное значение для выживания» (цит. по [4]). Это стало причиной формирования в современном обществе «новых» социальных субъектов – *«информационных племен»* – возвращенных из прошлого человечества, а принадлежность к одному или нескольким из таких племен стала одним из главных индикаторов личности современного человека [3]. При этом следует отметить, что такие «цифровые племена» формируются в меньшей степени по принципу семейных или родственных связей, и в большей степени на базе общих интересов вокруг так называемых «цифровых тотемов» в виртуальном пространстве [4]. Если в традиционном племенном обществе можно было принадлежать только к одному племени, в настоящее время в Интернете существует огромное количество «племенных» сетей, которые вместе составляют то, что *Маклюэн называл «глобальной деревней», а Кастельс «сетевым обществом»*. Племенная идентичность в эпоху Интернета преодолевает этнические, культурные и географические рамки [4].

При рассмотрении феномена концептуальной устности коммуникации в Интернет-пространстве сразу возникает вопрос о **возможностях реализации «устных» особенностей в письменной форме**. Важным аспектом является выражение эмоций, жестов, мимики.

Для передачи невербальных компонентов общения в первую очередь используются **эмограммы** (эмотиконы, «смайлики»). М. Байсвенгер рассматривает эмотиконы как «иконическую реконструкцию типичных выражений лица». Они придают письменной речи образность [8].

Они могут «рассказать» собеседнику об эмоциональном состоянии, настроении пишущего, а также предоставить дополнительную информацию о личности (например, о поле, возрасте, цвете кожи, одежде, причёске и т.п.). Кроме того, эмотиконы используются для пояснения смысла высказывания, сигнализируют, например, ироничность автора. Окаzionaliные смайлики, используемые участниками определенного чата, выполняют еще одну функцию – идентифицирующую: их использование свидетельствует о принадлежности к определенной группе. Такие эмограммы являются элементом визуальной составляющей виртуального образа личности.

Наряду со смайликами особым средством выражения эмоций, настроений и ощущений в немецко- и англоязычных чатах являются «инфлективы» и «инфлективные конструкции» («Inflectives», «Inflective-constructions»). Инфлектив представляет собой неопределенную и неспрягаемую глагольную форму, образуемую путем опущения инфинитивного окончания. Инфлективы и инфлективные конструкции, как правило, заключаются между маркерами *...* (в немецком языке), <...> (в английском языке): *staun*, *wink*, *gahn*, *hoiiil*, *emportsei*, *hungrigsei*, *away sei*, *superfreu*, *kopfschuttel*, *rotwerd*, *megawein*, *aufdemptischsteh*, *unschuldigguck*. Данная форма выражения эмоций была заимствована пользователями Интернета из языка комиксов, однако новым является использование не отдельных глагольных основ, а сочетаний и даже редуцированных предложений: *arme aufhalt*, *pappnase aufsetz*, *dich beneid*, *daumendrueck*, *ganzliebuck*, *nixversteh*, *in die Fresse hau*. При этом глагольная основа без флексии располагается на последнем месте, субъект инфлективной конструкции (ich) отсутствует, артикли и другие вспомогательные элементы также могут быть опущены, например, *kurzvorwochenendehalloruberwerf*.

Передать эмоции и настроения можно и с помощью **акронимов**. Так, например, для индикации смеха существует множество вариантов: *l* (laughing bzw. lach), *lol* (laughing out loud), *rofl* / *rofl* (rolling on the floor laughing), *g* (grin bzw. grins), *gg*, *fg* (fat grin), *bg* (big grin). Помимо *lol* и *rofl* употребительными являются акронимы *omg* / oh my God, *wtf* / what the fuck, *btw* / by the way, *hf* / have fun, *gl* / good luck.

Некоторые акронимы являются окказиональными, они наглядно показывают стремление коммуникантов к креативности: *hdggggggggdl* (hab dich ganz ganz... doll lieb), *ROTFLBTCASC* (Rolling On The Floor, Laughing, Biting The Carpet And Scaring The Cat) – «расширенная» форма акронима *rofl*.

Различные виды сокращений активно используются при общении в Интернете, т.к. это сильно помогает сэкономить время и «повысить» уровень синхронности общения.

Наиболее распространенные акронимы из чатов (*lol*, *rofl*, *omg*, *wtf*) – явления, типичные для письменной формы Интернет-коммуникации – проникают в сферу устного общения молодежи и участвуют в словообразовании, «создавая» новые лексемы: *lollig* в значении «веселый» от *lol*, *lolen* / *lollen* в значении «громко смеяться» (зафиксированы впервые в словаре молодежного сленга издательства PONS в 2007 г.).

Помимо эмограмм, инфлективов и акронимов для передачи эмоций используются **ономатопэтизмы** (*hahahahaha*, *hihihi*, *hmmmmmm.....*, *ahem*, *ohoh*, *oops*, *orks*), а также **графические средства**: повторение знаков (*wie schaaaade*, *geillllll!*, *Alllssso*), цветовое маркирование, использование заглавных букв и т.п.

Признаки концептуальной устности проявляются также в фонеморфологических особенностях коммуникации в чатах (**сокращения и эллиптические конструкции**). Во многих чатах (особенно в южно-немецких, австрийских и швейцарских) отмечается **широкое использование региональных разновидностей немецкого языка**. Использование диалекта

часто свидетельствует о неформальности коммуникации, а также служит самоидентификации и самопрезентации участников общения.

Таким образом, в процессе эволюции от сервисов Веб 1.0 (чаты) к сервисам Веб 2.0 (социальные сети) происходит конвергенция различных форм коммуникации. Это сказывается на формировании сетевой идентичности. В процессе самопрезентации в социальных сетях важную роль играет не только профиль пользователя, дающий общее представление о человеке, но и его коммуникативное поведение, т.е. регулярные «посты», где он нередко выражает собственное состояние, чувства, эмоции, актуальные в данный конкретный момент. Письменная по форме коммуникация вызывает сложности в выражении эмоционального компонента коммуникации и, в то же время, стремление к эмоциональному наполнению текста. «Коммуникация от клавиатуры к экрану» также может быть выразительной, яркой, «театральной». Чаты, мессенджеры и социальные сети нередко становятся каналом эмоциональной разрядки, при этом дистанцированность общения, несомненно, определяет специфику эмоционального самопроявления. Форма накладывает отпечаток на стиль общения, и коммуниканты «вынуждены» обращаться к альтернативным средствам для передачи невербальных аспектов общения, которые играют важную роль в концептуально устной коммуникации. Это отражается на различных уровнях: графическом, морфологическом, словообразовательном, лексическом и синтаксическом.

Список литературы

1. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Психология. Журнал ВШЭ. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-i-realnaya-identichnost-sravnitelnoe-issledovanie> (дата обращения: 28.01.2021).
2. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Пер. с англ. А. Матвеева. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.
3. Коломиец Я.Ю. Концепция «Второй устности» У. Онга и ретрайбализация общества посредством социальных сетей в XXI веке. Часть 1 // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-vtoroy-ustnosti-u-onga-i-retraybalizatsiya-obschestva-posredstvom-sotsialnyh-setey-v-xxi-veke-chast-1> (дата обращения: 28.01.2021).
4. Коломиец Я.Ю. Концепция "Второй устности" У. Онга и ретрайбализация общества посредством социальных сетей в XXI веке. Часть 2 // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-vtoroy-ustnosti-u-onga-i-retraybalizatsiya-obschestva-posredstvom-sotsialnyh-setey-v-xxi-veke-chast-2> (дата обращения: 28.01.2021).
5. Косенчук Л.Ф. Концепции виртуальной и сетевой идентичности: критический анализ // Современные проблемы науки и образования. №5. 2014. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22567107&> (дата обращения: 28.01.2021).
6. Мартыянов Д.С. Сетевая идентичность: трансформация феномена и подходов к изучению // ПОЛИТЭКС. 2014. № 4. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-identichnost-transformatsiya-fenomena-i-podhodov-k-izucheniyu> (дата обращения: 28.01.2021).

7. Палкова А.В. Социолингвистические особенности коммуникации в чатах // Вестник ТвГУ. Серия «Филология» (лингвистика и межкультурная коммуникация). Выпуск 5. № 24. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2013. С. 112–118.
8. Палкова А.В. Графические, морфологические и словообразовательные средства передачи невербальных компонентов общения в чатах // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». № 2. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2014. С. 82-88.
9. Палкова А.В. Лингвистические особенности письменной коммуникации в мессенджерах // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». № 2. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2020. С. 148–154.
10. Солдатова Е.Л., Погорелов Д.Н. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы // Образование и наука. 2018. Т. 20. № 5. С. 105–124.
11. Dürscheidt Ch., Frick K. Keyboard-to-Screen-Kommunikation gestern und heute: SMS und WhatsApp im Vergleich // Mathias A., Runkehl J., Siever T. (Hrsg.) Sprachen? Vielfalt! Sprache und Kommunikation in der Gesellschaft und den Medien. Eine Online-Festschrift zum Jubiläum von Peter Schlobinski. Networx 64. 2014. URL: <https://www.mediensprache.net/de/networx/networx-64.aspx> (дата обращения: 28.01.2020)
12. Ong W. J. Orality and Literacy: the Technologizing of the Word. London; New York: Methuen, 1982. 256 p.

CONCEPTUAL ORALITY AND LITERACY FOR THE CONSTRUCTION OF NETWORK IDENTITY

A.V. Palkova

Tver State University, Tver

This article is devoted to the construction of network identity and self-presentation under the conditions of “keyboard-to-screen communication”, which takes place in the continuum between “medial written communication” and “conceptual oral communication”. The interaction in chats, messengers and social networks is carried out in the context of “secondary orality”.

Keywords: *network identity, Internet communication, orality, literacy*

Об авторе:

ПАЛКОВА Анна Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка Тверского государственного университета, e-mail: Palkova.AV@tversu.ru, Интернет-сайт: <https://annapal.jimdofree.com/>