

Федеральное агентство по образованию  
государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
Тверской государственный университет

*На правах рукописи*

ШКОЛОВАЯ Марианна Сергеевна  
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И СЕМИОТИЧЕСКИЕ  
АСПЕКТЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ  
В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

*10.02.19 – теория языка*

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор филологических наук,  
профессор М.Л. Макаров

Тверь – 2005

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Глава 1. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ «ИДЕНТИЧНОСТЬ»	
1.1. Идентичность как объект междисциплинарного изучения.....	12
1.1.1. Истоки понятия «идентичность».....	13
1.1.2. Идентичность, самость и Я-концепция.....	14
1.1.3. Идентичность и «лицо».....	16
1.2. Роль языка в конструировании идентичности.....	20
1.3. Статус языка компьютерного общения.....	25
1.4. Лингвистические подходы к изучению конструирования идентичности.....	26
1.4.1. Лингвосемиотика.....	28
1.4.2. Прагматика.....	31
1.4.3. Языковая личность.....	36
Выводы по Главе 1.....	41
Глава 2. ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ	
2.1. Своеобразие сетевого компьютерного дискурса.....	45
2.2. Идентичность в электронной коммуникации.....	47
2.3. Специфика языка в сети Интернет.....	51
2.3.1. Лексический уровень.....	51
2.3.2. Грамматический и орфографический уровни.....	55
2.3.3. Параграфемика в Интернете.....	56
2.4. Акронимы и эмодзи: знаковая природа и мотивированность..	59
2.4.1. Понятие «мотивированность знака».....	61
2.4.2. Семантический аспект.....	65
2.4.3. Синтаксический аспект.....	74
2.4.4. Прагматический аспект.....	81

2.5. Моделирование языковой личности в киберпространстве.....	89
Выводы по Главе 2.....	96
<b>Глава 3. КОНСТРУИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ И ЛИЧНОСТНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ</b>	
3.1. Термины описания идентичности.....	98
3.2. Жанровое своеобразие дискурса в сети Интернет.....	100
3.3. Конструирование социальной идентичности в «чате».....	102
3.3.1 «Чат» как жанр.....	102
3.3.2. «Чат» как социум.....	104
3.3.3. Символы социальной идентичности в «чате»: от «новичка» до «старичка».....	107
3.4. Конструирование личностной идентичности в электронном дневнике.....	115
3.4.1. Жанровые особенности электронного сетевого дневника.....	115
3.4.2. Стратегии самопрезентации в электронном дневнике на материале ресурса LiveJournal.com.....	118
3.5. Моделирование идентичности в электронной коммуникации.....	124
Выводы по Главе 3.....	127
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>129</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>133</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1. «АМЕРИКАНСКИЕ» ЭМОТИКОНЫ.....</b>	<b>153</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2. «ЯПОНСКИЕ» ЭМОТИКОНЫ.....</b>	<b>160</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3. АКРОНИМЫ.....</b>	<b>162</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Настоящее исследование посвящено сложному и многоаспектному явлению – конструированию идентичности в киберпространстве. Изучение идентичности давно перестало быть прерогативой только психологической науки. Так, в связи с резким усилением глобализационных процессов в последнее десятилетие особенно остро встала проблема национальной идентичности [Гришаева, Цурикова 2004: 154-160; Рот, Коптельцева 2001; Леонтович 2003; Федорова 2001], что обусловлено активным взаимовлиянием исторически сложившихся культурных пространств [Тойнби 2003: 466-474]. Глобализации неизбежно сопутствует виртуализация и, следовательно, анонимия общества [Ромашевская, Галецкий 2002: 9], в усилении которой немалая роль принадлежит всемирной компьютерной сети Интернет.

Электронная коммуникация открыла принципиально новые возможности для общения и сразу привлекла внимание ученых-языковедов как источник обширного лингвистического материала. Анализ всего многообразия текстов, порождаемых пользователями сетью Интернет, позволяет исследовать формальные и семантические особенности языка компьютерного общения, отношения между вербальными и паралингвистическими средствами в электронных видеовербальных текстах, жанровое своеобразие киберпространства. Особый интерес представляют тексты, порождаемые в ходе межличностного компьютерного общения. Однако, из-за высокой обезличенности текстов электронной коммуникации, существует большой риск забыть о том, что за напечатанным всегда стоит реальный человек. Таким образом, Интернет рассматривается нами не просто как средство, а как особая коммуникативная *среда*. Именно «средовый» характер Интернета делает его столь популярным, придавая общению черты «бытийности».

Любая «бытийность» подразумевает человеческое взаимодействие, что неизбежно приводит к потребности ответа на вопрос «Кто Я?». Подобно то-

му, как в ходе глобализационных процессов размываются культурные границы, высокая степень анонимности электронного общения приводит к деиндивидуализации личности пользователя и потребности в идентификации.

Хотя современные информационные технологии значительно расширили возможности общения посредством компьютера (голосовое общение, видеотелефония), наиболее распространенным на сегодняшний день остается способ коммуникации, при котором передаваемая информация выводится в печатном виде на экране монитора. В настоящем исследовании мы остановимся на рассмотрении именно последнего способа, называемого нами (с осознаваемой долей условности) *письменной компьютерной коммуникацией*.

Традиционно в психологии выделяют два основных аспекта идентичности личности: социальный и личностный. Под социальной идентичностью понимается «самоопределение себя в терминах отнесения к определенной группе» [Киселев, Смирнова 2001: 12]. Собственно личностная идентичность заключается в формировании образа «Я» в ходе интеракции и сравнения себя с Другими.

В рамках лингвистической науки принято рассматривать понятие «языковая личность», которое, хотя и допускает множество определений в свете различных парадигм, всегда описывает человека в языковой коммуникации. Поскольку большая часть социальных взаимодействий осуществляется дискурсивно, становится очевидной некоторая соотнесенность понятий «идентичность» и «языковая личность».

До сегодняшнего дня большинство исследований по проблеме присутствия человека в виртуальном пространстве проводились в психологическом и социопсихологическом ключе [Suler 1999, 2002, 2004; Блохина 2002; Жичкина 1999; Фриндте, Келер 2001; Арестова и др. 2005a,b; Donath 1996]. Что касается лингвистической науки, то объектом внимания в основном становились формально-семантические аспекты электронных текстов, а язык компьютерного общения рассматривался в отрыве от личности тех, кто его использует [Лейбов 1999, 2005]. Между тем, привлекательность «бытийности» вир-

туальной реальности и превращение общения по Интернету в «воображаемую потребность» [Перлз 2000: 48], требует междисциплинарного подхода к изучению коммуникативного поведения человека в киберпространстве.

Отведя сети Интернет статус коммуникативной среды, мы, тем самым, допускаем тройственный характер процесса идентификации в киберпространстве, который включает личностный, социальный и языковой аспекты, а поскольку письменная компьютерная коммуникация остается наиболее распространенным видом межличностного общения в Интернете, в настоящем исследовании будет предпринята попытка лингвистического и семиотического описания социально-психологического феномена идентичности.

**Объектом** данного исследования является письменная межличностная электронная коммуникация в сети Интернет.

**Предмет** анализа составляют видеовербальные (креолизованные) тексты электронного межличностного общения, а также лингво-семиотические средства конструирования идентичности в киберпространстве.

**Актуальность** выбранной темы обусловлена:

- 1) необходимостью изучения изменений в языке, в том числе особенностей его взаимодействия с новыми семиотическими системами в ходе опосредованного компьютером общения;
- 2) повышенным интересом к проблеме идентичности в условиях мировых глобализационных процессов;
- 3) все возрастающей важностью электронной коммуникации в жизни общества;
- 4) необходимостью обращения к антропоцентрической парадигме в условиях высокой обезличенности электронного общения;
- 5) междисциплинарным характером понятия «идентичность» и необходимостью выявления лингво-семиотических аспектов механизмов ее конструирования.

**Целью** диссертационного исследования является анализ межличностного электронного дискурса, выявление структурно-содержательных элемен-

тов и типичных лингво-семиотических механизмов конструирования идентичности в киберпространстве.

Для достижения поставленной цели в диссертации предполагается решить следующие *задачи*:

- рассмотреть существующие научные подходы к проблеме *идентичности*;

- определить отношения и связи между понятиями *идентичность, самость, Я, лицо, языковая личность*;

- выявить в необходимом для данного исследования объеме специфику компьютерного дискурса;

- описать структурно-смысловые компоненты идентичности в электронной коммуникации, обусловленные своеобразием канала связи;

- проанализировать новые формы, возникающие в процессе электронной коммуникации;

- проанализировать специфику языка компьютерного общения на всех его уровнях и построить модель языковой личности в киберпространстве;

- установить связь между успешностью конструирования идентичности и уровнем развитости языковой личности в киберпространстве;

- выделить и проанализировать основные дискурсивные практики конструирования социальной и личностной идентичности в электронной коммуникации;

- построить модель конструирования идентичности в электронной коммуникации.

*Материалом исследования* послужили электронные тексты он-лайн дневников (370 текстов), электронные скрипты разговоров в 14 русскоязычных «чатах», не ограниченных узкой тематической направленностью (280 единиц), электронные любительские словари и базы акронимов и эмотиконов для пользователей сетью Интернет (26 «словарей»).

В соответствии с целью и задачами исследования в качестве *основных методов анализа* использовались: дискурс-анализ, основным компонентом

которого стал комплексный анализ лингвистических и семиотических аспектов социально-психологического феномена идентичности; метод этнографии коммуникации, в частности, включенное лингвистическое наблюдение и описание; метод контекстуально-интерпретационного анализа.

**Теоретической основой исследования послужили** работы отечественных и зарубежных исследователей, раскрывающие *психоаналитические* (Г. Линдсей, К. Холл, Э. Эриксон, Н. Feigl, Н. Noonan, Е.Т. Olson, U.T. Place, S. Shneider, J.J.C. Smart) и *социально-интеракционные аспекты понятия «идентичность»* (Г. Блумер, Э. Гоффман, Г.Г. Дилигенский, И.Ю. Киселев, А.Г. Смирнова, В.Ю. Хотинец, Л. Хьелл, А.Д. Barnhart, D. Carbaugh, G. Mead), работы представителей *социального конструкционизма* (П. Бергер, Т. Лукман, J. Habermas, J. Potter, M. Wetherell), исследования в области *дискурс-анализа* (М.Л. Макаров, А.А. Романов, И.П. Сусов), работы по *семиотике* (Р. Барт, Б.А. Зильберт, А.Ф. Лосев, Ю.М. Лотман, Ч. Моррис, Ч. Пирс, Ф. де Соссюр, Ю.С. Степанов, Р.О. Якобсон), исследования, раскрывающие понятие *языковой личности* (Г.И. Богин, Ю.Н. Караулов, Н.А. Кузьменко, О.А. Леонтович, А.А. Пушкин), работы по *логической прагматике общения* (Г.П. Грайс, Дж. Лич, Дж. Остин, Дж. Сёрль, Р. Brown, S. Levinson), *когнитивной обработке дискурса* (Т.А. ван Дейк, А.А. Кибрик, Р.N. Johnson-Laird), *социолингвистике* (Р.Т. Белл, В.П. Конецкая), *паралингвистике и параграфике* (Е.Е. Анисимова, И.Э. Клюканов, Г.В. Колшанский, Т.М. Николаева, О.В. Пойманова, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Б.А. Успенский), а также исследования *психологических особенностей Интернета как коммуникативной среды* (А.Е. Войскунский, А.Е. Жичкина, J. Suler).

**Научная новизна** работы заключается:

1) в применении лингво-семиотического подхода к изучению явления, основной корпус работ по исследованию которого выполнен в психологическом, социологическом или публицистическом ключах;

2) в описании структуры понятия *идентичность* в электронной коммуникации с учетом своеобразия канала связи;



3) в выявлении специфики языка компьютерного общения на всех его уровнях;

4) в анализе и комплексном описании алгоритмов формирования отдельных аспектов идентичности в киберпространстве.

**Теоретическая значимость** выполненной работы состоит в развитии теории языковой личности, описании речевых механизмов конструирования идентичности в киберпространстве, а также символов идентичности виртуальной личности; в анализе эволюционных процессов развития языка электронного общения.

**Практическая ценность** работы определяется возможностью применения ее результатов в разработке общих и специальных курсов по семиотике, семантике и прагматике речевого общения, социолингвистике (в том числе при исследовании изменений языка под влиянием идиом профессиональных и иных социальных общностей), при анализе поведения человека в виртуальной реальности и причин возникновения Интернет-аддикций.

**На защиту выносятся следующие положения.**

1. Электронный межличностный дискурс – пространство коммуникативной деятельности человека, характеризующееся дистантностью, опосредованностью, ограниченностью во времени, возможностью общаться с незнакомым или воображаемым собеседником и изначальным наличием типового набора языковых и прочих семиотических средств у всех пользователей; все это обуславливает возможность конструирования различных версий реальности одним коммуникантом и, следовательно, – различных идентичностей.

2. Исследование идентичности в электронной коммуникации, традиционно проводимое в социально-психологическом ключе, представляется неадекватным без лингво-семиотического анализа электронного дискурса.

3. Названные ранее свойства электронного дискурса, создают предпосылки как для репрезентативных, так и для манипулятивных стратегий конструирования идентичности – таким образом, идентичность в электронной

коммуникации определяется как коммуникативно конструируемая сущность, промежуточный результат непрерывного процесса идентификации, осуществляемой посредством сравнения *желаемых* аспектов своего «Я» с *желаемыми* аспектами «Я» Других.

4. Язык электронного общения можно рассматривать как особый социокультурный идиом, обладающий спецификой на всех уровнях; неотъемлемой частью этого языка являются маргинальные семиотические объекты, в частности, акронимы и эмодиконы, вступающие между собой в различные семантические, синтаксические и прагматические отношения, что свидетельствует о естественной эволюции языка электронной коммуникации.

5. Овладение языком компьютерного общения соотносится с развитием языковой личности в киберпространстве: чем выше уровень развитости языковой личности в киберпространстве, тем большие возможности открываются для осуществления социальной и личностной идентификации в электронной коммуникации.

6. Конструирование идентичности в электронной коммуникации происходит в рамках социально-культурных сцен (с типичными для них дискурсивными практиками), в качестве которых выступают жанры киберпространства, в частности, *«чат»*, *форум*, *ICQ*, *он-лайн дневник*.

Основные положения и результаты исследования были ***апробированы*** на аспирантских семинарах, заседаниях кафедры теории языка и межкультурной коммуникации ТвГУ, на XXXI, XXXII, XXXIII и XXXIV студенческих научных конференциях на факультете иностранных языков и международной коммуникации в ТвГУ, международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию факультета иностранных языков и 30-летию Тверского государственного университета (ТвГУ, Тверь, 21-23 июня 2001), на VI международной школе-семинаре «Лексика, лексикография, терминография в русской, американской и других культурах» (Иваново, 12-14 сентября 2005). По теме диссертации опубликовано 4 работы в форме статей общим объёмом 1,85 п.л.

***Объём и структура работы.*** Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы, трех приложений.

В первой главе проводится обзор и критический анализ существующих социально-психологических и лингвистических подходов к изучению идентичности, раскрывается роль языка в процессе идентификации личности, а также определяется статус языка электронного общения.

Во второй главе осуществляется лингво-семиотический анализ средств опосредованного компьютером общения; исследуется языковой аспект идентификации в электронной коммуникации, на основе чего строится модель языковой личности в киберпространстве.

В третьей главе осуществляется анализ языковых аспектов стратегий саморепрезентации в электронной коммуникации, а также символов социальной идентичности в виртуальной среде.

В заключении подводятся итоги проведённого исследования и намечаются перспективы его дальнейшего развития. Список литературы насчитывает 220 источников.

В приложениях приводятся мини-словари акронимов и эмодзи, используемых в качестве материала исследования.

# ГЛАВА 1

## СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ «ИДЕНТИЧНОСТЬ»

### 1.1. Идентичность как объект междисциплинарного изучения

Сложность изучения идентичности во многом обусловлена терминологической неясностью, которая, в свою очередь, является следствием интереса различных наук к исследованию данного феномена. На протяжении долгого времени термин «идентичность» использовался в разных сферах знания без уточнения обозначаемого им понятия. В самом широком смысле, идентификация означает отождествление, уподобление, опознание, установление совпадения объектов [Социология 2003: 344]. Потребность в идентичности относится к базовым потребностям социализированной личности [Дилигенский 1996; Хотинец 2002; Хьелл, Зилгер 2001: 266]. Идентифицируя себя, человек отвечает на вопрос: «Кто я?», определяя свою *биологическую* (половая, возрастная принадлежность), *психологическую* (различные психические состояния в определенный момент времени), *культурную* и *социальную идентичность* (принадлежность к той или иной культурной и социальной группе, общности) [Carbaugh 1996: 19]. Схожие идеи изложены и в работе У. Найсер, где рассматриваются пять видов само-знания (self-knowledge), последний из которых, self-concept, можно считать высшим уровнем сформированности идентичности [Neisser 1988].

Действительно, идентификация и идентичность часто невольно ассоциируются с процессом самопознания, а поскольку «человек есть существо многоэтажное» [Бердяев 1999: 257], появляется соблазн вкладывать в понятие идентичности все новые и новые смыслы.

С другой стороны, в междисциплинарное использование активно проникают психологические термины, в той или иной мере соотносимые с понятием идентичности: *Я-концепция*, *самость (self)*, *Лицо (face)*. В прагмалин-

гвистике и теории дискурса понятие *языковой личности* все реже рассматривается отдельно от персонального опыта человека и все чаще – как часть идентичности. Рассмотрим понятие идентичности и схожие термины более подробно.

### 1.1.1. Истоки понятия «идентичность»

Впервые об идентичности заговорили во время Второй мировой войны, когда при реабилитации ветеранов обнаружили тех, кто в военных условиях потерял ощущение тождества личности. Это явление назвали «кризисом идентичности» [Эриксон 1996: 25-26], что привело позднее к возникновению теории *идентичности сознания и мозга* [Place 1988; Feigl 1967], в основе которой лежит утверждение об идентичности физических и психических процессов [Smart 2004; Shneider 2005].

Э. Эриксон первым ввел понятие «идентичность» в междисциплинарный научный обиход, понимая ее как «субъективное вдохновенное ощущение тождества и целостности» [Эриксон 1996: 28]. Появляется отдельное направление в психологической науке, изучающее *персональную (личностную) идентичность*. В первую очередь, осуществляются попытки ответить на вопрос о том, что позволяет человеку идентифицировать себя как единую личность, о которой на протяжении всей своей жизни он может сказать «Я» [Olson 2002; Noonan 1989]. Согласно другому подходу, один человек как биологическая особь заключает в себе две и более личности, «думающих существа», что позволяет говорить о феномене расколотой личности, противопоставляемом целостному характеру идентичности [Nagel 1986; Wilkes 1988: 127].

И.Ю. Киселев называет идентификацию одним из механизмов межличностного познания, который, наряду с интерпретацией, атрибуцией и рефлексией, представляет отождествление себя с другим человеком [Киселев, Смирнова 2001: 11]. При этом об идентичности как результате процесса идентификации можно говорить в двух аспектах – личностном и социальном.

В первом случае имеет место личная самотождественность, во втором – формирование многообразия социальных «Я» индивида.

В настоящее время существуют два основных подхода к определению идентичности: *психоаналитическая традиция* и *символический интеракционизм*. Классический психоанализ определяет идентификацию как метод, при помощи которого человек принимает черты другого и делает их корпоративной частью собственной личности [Холл, Линдсей 1997]. Дж. Мид, представитель символического интеракционизма, считает путь через сравнение себя с другими единственно возможным способом осознать собственную идентичность [Mead 1934]. Таким образом, в рамках современной научной парадигмы утверждается необходимость межличностного взаимодействия при идентификации, разновидностью которого можно считать интеракцию отдельных составляющих расколотого «Я». Это подводит нас к рассмотрению понятий «самость» и «Я-концепция» в их отношении к идентичности.

#### 1.1.2. Идентичность, самость и Я-концепция

«Я-концепция (self-concept) – всеобщий паттерн или конфигурация самовосприятия: концепция человека о том, каков он» [Хьелл, Зилгер 2001: 571]. Самость (self) и Я-концепция чаще всего рассматриваются совместно. «То, что «Я» отражает, когда оно видит или созерцает тело, личность и роли, которыми оно прикреплено к жизни, - не зная, где оно было прежде или будет после, - это различные самости, которые составляют нашу единую сложную «самость» [Эриксон 1996: 227].

Классик американской философии и психологии У. Джеймс считал самостью «то постоянство личности, которое каждый из нас обнаруживает каждый раз, когда просыпается» (цит. по [Вахромов 2002: 36]). При этом выделяются три уровня самости: 1) *материальный* – все, что человек может назвать своим; 2) *социальный* – любая роль, которую вольно или невольно принимает человек, то признание, которое он получает от окружающих; 3) *ду-*

*ховная самость* – активный элемент в сознании, внутреннее субъективное бытие человека. Очевидно, что самость, подобно идентичности, формируется в результате процесса идентификации, в котором Дж. Мид отводит главную роль способности человека принять роль другого по отношению к самому себе [Mead 1934]. Совместно с Ч. Кули им была разработана концепция развития Я, основанная на идее, что уникальность каждого человека обусловлена влиянием на него многих других людей. В этой связи Ч. Кули выдвигает концепт «зеркальной самости» - «the looking-glass self» (см.: [Малахов 1998: 44]), подчеркивая социальную природу формирования идентичности. Та же идея развивается и Г.С. Салливаном, по мнению которого, самость характеризуется освоенным репертуаром ролевого поведения и речевых практик. Автор считает, что самость – это система, направленная на реализацию концепта «Я-хороший» [Салливан 1999].

В.А. Соснин определяет Я-концепцию как «сложный составной образ или картину, включающую в себя совокупность представлений личности о себе самой вместе с эмоционально-оценочными компонентами этих представлений» [Соснин 2002: 94]. Сопоставление «Я-идеального» и «Я-реального» возможно только при межличностном взаимодействии.

Как и самость, Я-концепция неотделима от понятий «Я» и «Другой», но в отличие от первой, является *результатом* личностного развития человека. Самость в психологии включает уровень бессознательного, который предшествует становлению личности [Иващенко, Агапов, Барышникова 2002: 24].

В данном исследовании, вслед за представителями символического интеракционизма, мы настаиваем на социальном характере процесса идентификации. Таким образом, «поиски идентичности» [Эриксон 1996: 32] подразумевают исполнение индивидом различных «ролей». «Я» человека может состоять из наборов восприятия, отражающих многие специфические «роли» в различных жизненных контекстах [Markus, Nurius 1986]. Р. Лэнг полагал, что человек является жертвой культуры современного ему общества, которая лишает человека свободы. Культура при этом понимается как не-природная

среда, создаваемая человеком в процессе жизнедеятельности. Возникает проблема «несчастливого сознания», которое страдает от неразрешимого противоречия между потребностями внутреннего «истинного Я» и внешним принуждением играть социальные роли, «носить маску» [Лэнг 1995]. Поиск оптимального соответствия внутреннего «Я» и его внешних, социальных проявлений – есть естественное стремление каждого человека. Для описания этого явления часто используется термин «лицо» (face).

### 1.1.3. Идентичность и «лицо»

Понятие «лицо» возникло вследствие рассмотрения социального взаимодействия с точки зрения ролевого поведения его участников. Самореализуясь, индивид склонен примерять «маски». В этом смысле, личность – это то, что дано «сквозь маску» (лицо или личину).

Наиболее полно вопрос о «лице» (face) освещен в работе Брауна и Левинсона о феномене вежливости, в которой представлен своеобразный подход к объяснению коммуникативного поведения участников общения [Brown, Levinson 1978].

Само понятие «face» заимствовано из работ Э. Гоффмана [Goffman 1956, 1972] по аналогии с понятием «face», встречающимся в английской народной традиции и связанным с чем-то, что можно смутить, унижить или «потерять» (losing face). Таким образом, «лицо» рассматривается как нечто эмоционально-зависимое, что можно «потерять», сохранить или усилить, и чему следует постоянно уделять внимание при взаимодействии. Иными словами, это тот образ, который человек хочет и всячески стремится создать на публике. Поддержание выбранного образа, в свою очередь, требует придерживаться определенной модели (линии) поведения [Sociology 2000].

Принимая во внимание уязвимость «лица», люди обычно стараются строить общение таким образом, чтобы сохранить и поддержать «face» собеседника.



Браун и Левинсон различают:

- 1) «негативное лицо» (negative face) – притязания человека на определенную свободу действия и на невмешательство со стороны других;
- 2) «позитивное лицо» (positive face) – стремление коммуниканта к тому, чтобы его желания разделялись как минимум некоторыми другими.

Согласно утверждению об уязвимости «лица», авторы выделяют ряд *лицоугрожающих актов* (Face Threatening Acts).

1. Акты, представляющие угрозу притязаниям «негативного лица» слушающего, включают: просьбы и приказания, предложения и советы, напоминания, угрозы и предупреждения, обещания и предложения услуг (в случае приема которых слушающий негласно становится должником говорящего), комплименты и выражения зависти или восхищения (говорящий демонстрирует желание обладать чем-то, принадлежащим слушающему), проявление сильных отрицательных эмоций по отношению к слушающему.

2. Акты, представляющие угрозу притязаниям «положительного лица» слушающего, то есть указывающие на нежелание говорящего разделять желания и притязания слушающего. Сюда относятся: выражение неодобрения или презрения, критика, высмеивание, упреки, оскорбления, обвинения; несогласие и попытки противоречить; проявление бесконтрольных эмоций; непочтительное отношение и затрагивание табуированных тем; инициирование разговора на заведомо опасные в эмоциональном плане темы (политика, половая и расовая дискриминация, религия); беспардонное прерывание речи собеседника; использование обращений и других статусно маркированных слов.

3. Акты, представляющие угрозу притязаниям «отрицательного лица» говорящего: выражение благодарности (взятие на себя роли должника, унижение своего «лица»); принятие благодарности или извинения со стороны слушающего; принятие предложения услуг; ответ на бестактность собеседника; недобровольные обещания и предложения.

4. Акты, представляющие угрозу притязаниям «положительного лица» говорящего: принятие комплимента, извинения, неожиданная потеря контроля над телом (спотыкание или падение), самоунижение, шарканье, ведение себя по-глупому, противоречие самому себе, признания, эмоциональный срыв, бесконтрольный смех или слезы.

Очевидно, что ликоугрожающие акты могут быть как непреднамеренными, так и предпринятыми специально, продиктованными выбором тех или иных дискурсивных стратегий для достижения коммуникантами определенных целей.

Можно сказать, что, с одной стороны, «лицо» - это проявление самости человека на людях, в обществе. В зависимости от персональных ожиданий, желания быть воспринятым в контексте тех или иных качеств, человек может использовать разные «лица», примерять личины или маски. С другой стороны, формирование идентичности через осознание самости происходит при социальном взаимодействии, то есть то, какую реакцию вызывают те или иные «маски» у окружающих, непосредственно влияет на видение человеком самого себя. Об этом же говорит М. Бахтин, полагая, что человек видит в зеркале не себя, а маски, которые он показывает Другому, и реакции Другого на свои личины (а также свою реакцию на реакцию Другого) [Бахтин 2000b]. «Я» и «Ты» призваны «отразить друг друга в сущностно-личном взаимном предстоянии» [Исупов 2004].

Из сказанного можно сделать важный вывод. Если самость складывается из образов самости, воспринимаемых Другими как «лицо» индивида, то и она поддается влиянию общественного мнения. Иными словами, подобно «лицу», самость человека можно поддержать или, наоборот, разрушить. В последнем случае, при рассогласовании внутренней и внешней оценки личности, индивид переживает кризис и вынужден искать себя, выступая под иными масками, что возможно благодаря гибкому характеру самости. Проблема несовпадения «человека для самого себя и человека в глазах других»

[Бахтин 2000(а): 228-229] не случайно находит отражение во многих романах как острое личностное переживание.

Ситуации, когда человек проявляет в социуме свое «Я-реальное», отбрасывая все личины, встречаются крайне редко. В то же время, мы всегда стремимся к тому, чтобы наше «Я-идеальное» воспринималось как наша естественная характеристика, иными словами, к поддержанию «лица» Другими. В этом контексте Е. Гоффман говорит о явлении спонтанности, «идеализированном типе интеракции, которая позволяет индивиду реализовать желаемое «лицо» [Barnhart 2004]. Эта идея перекликается с макросоциологической моделью спонтанности как «хорошо отработанной организации, при которой каждая общественная ценность оценивается истинным образом», предложенной Э. Дюркгеймом [Durkheim 1984: 313]. Очевидно, что сложность человеческих взаимоотношений часто препятствует удовлетворению потребности признания желаемого «лица».

Изложенные аспекты изучения структуры «Я» позволяют выделить два основных психологических подхода к рассмотрению процесса идентификации. Первый подход – *психоаналитический* (формирование феноменологического «Я»): различные самости одного человека вступают во взаимодействие, помогая ответить на вопросы «Кто я?», «Кем я себя вижу?», при этом в роли «Других» могут выступать отдельные самости одного человека. Результатом такого взаимодействия становится персональная идентичность. Второй подход основан на положениях *социальной психологии* (формирование интеракционного «Я») и имеет дело с самоопределением человека в социуме, формированием социальной идентичности. Этот процесс осуществляется через взаимодействие с другими индивидами, исполнение «ролей» и выступление под масками, сравнение себя и «Других».

Рассмотренные пути процесса идентификации находят свое отражение при анализе дискурса, объясняя закономерности коммуникативного поведения индивида.

## 1.2. Роль языка в конструировании идентичности

Процесс идентификации личности происходит при социальном взаимодействии индивидов, важнейшей составной частью которого является вербальное общение. Тезис о социальной сущности и природе языка является основополагающим в лингвистике, на основе чего признается «диалектическое единство языка и культуры, языка и общества» [Верещагин, Костомаров 1990: 14]. Изучение социальной функции языка всегда было сопряжено с анализом и описанием экстралингвистических факторов, которые находят свое отражение в языке, сами влияют на язык или испытывают на себе его воздействие. Ю.М. Лотман писал: «Язык бессознательно вызывает у нас представление об исторической протяженности существования. Язык – это код плюс его история» [Лотман 1992: 272]. Развивая эту идею, можно сказать, что понятие «истории» в данном случае включает и личный опыт человека, который непременно отображается в речи индивида.

Очевидно, что влияние объективной и субъективной действительности на язык в первую очередь находит свое отражение в высказываниях. «Ближайшая социальная ситуация и более широкая социальная среда всецело определяют – притом, так сказать, изнутри, - структуру высказывания» [Волошинов 1995:388]. Однако взаимовлияние языка и социальной действительности не ограничивается формальным аспектом. Изменения в языке и в языковом поведении не только свидетельствуют о социальных изменениях, но и одновременно могут спровоцировать, подтолкнуть их, выступая в роли «властного инструмента» [Водак 1997: 17].

Основное предназначение языка – быть средством человеческого общения – не ограничивается функцией передачи и хранения информации, но распространяется на формирование знания о мире. Язык – это средство познания человеком, как окружающей действительности, так и самого себя. Поскольку «общество и индивид обозначают не отдельные явления, а просто

общий и частный аспекты одного и того же» [Cooley 1964: 36], язык является, в том числе, средством отражения и конструирования «Я» человека.

Таким образом, говоря о роли языка в конструировании идентичности человека, можно выделить две языковые функции – *дискурсивную* (тесно связанную с кумулятивной) и функцию *социализации*. Первая функция отражает познавательные процессы (мышление) человека, формирование и логическое соединение мыслей во времени, благодаря чему язык выступает как инструментальная база мышления человека, которое протекает, как правило, в вербальных формах. Вследствие этого «исследование языка – это один из способов изучения мышления» [Налимов 1979: 3].

Близкой к *дискурсивной* является кумулятивная функция языка – «отражение, фиксация и сохранение в языковых единицах информации о постигнутой человеком действительности» [Верещагин, Костомаров 1990: 15]. Кумулятивная функция играет ключевую роль в формировании сознания, совокупности знаний и отношений, в результате чего становится возможным само мышление. Язык выступает как «зеркало» внешних (социальных) и внутренних (психических) процессов.

В функции *социализации*, язык выступает как хранилище общественного опыта, что позволяет коррелировать безусловно неповторимый индивидуальный опыт (и сознание) отдельного человека с совместным знанием (сознанием) языковой общности. Знания и значения, которые хранятся в языке, регулируют и дифференцируют чувственную сторону деятельности человека, его волю, внимание, предпочтения и другие психические акты, формируя языковое сознание говорящего и его образ мира [Романов 2002: 28-29]. Язык, фиксируя и моделируя семантику социальных отношений, играет ключевую роль в социализации человека как на индивидуальном, так и групповом уровне. Именно поэтому дискурсивные явления принято рассматривать не в системе координат физического времени и пространства, а в качественно иной среде – коммуникативно-социальном поле [Сусов 1979: 95; Романов 1988: 28], социально-психологическом «человеческом пространстве», кото-

рое конструируется общающимися индивидами, играющими соответствующие коммуникативные, социальные, культурные, межличностные, идеологические, психологические роли [Макаров 2003: 17]. Принимая во внимание определение идентичности с позиций *символического интеракционизма*, становится очевидной роль языка и языкового общения в процессе личностной идентификации. Основные принципы символического интеракционизма были изложены в работах Г. Блумера:

1. люди оперируют объектами исходя из того значения и смысла, которые они имеют для этих людей;

2. эти культурные значения и смыслы вырабатываются в ходе социальной интеракции;

3. эти значения и смыслы меняются или пересматриваются в процессах интерпретации через опосредованное символами взаимодействие индивидов, способных к саморефлексии;

4. люди сами создают, строят, «конструируют» опытные миры действия, в которых они живут;

5. значения и смыслы данных миров формируются в процессе интеракции под воздействием привносимых в эти ситуации саморефлексий и рефлексий индивидов;

6. взаимодействие людей со своими собственными «Я» является неотъемлемой, органической частью взаимодействия с другими индивидами, оно тесно переплетается с социальной интеракцией и влияет на последнюю [Макаров 2003: 54].

Таким образом, социальная группа выступает как средоточие коммуникативных отношений [Watson 1995: 520].

Синтез интеракционных и когнитивных подходов к анализу коммуникации привел к возникновению *конструктивизма*. Социальные аспекты личности, являющиеся важной частью ее идентичности, воспитываются в культурном контексте, где ключевая роль отводится интерпретирующей способности человека. Действительность создается или «конструируется» социаль-

но, но интерпретируется индивидуально. «Не факты, а конструкты формируют знание о *внешнем* мире» [Макаров 2003: 59]. Через общение и восприятие и усвоение смыслов социального мира индивид формирует собственные интерпретативные схемы, которые, в свою очередь, отвечают за образование намерений (интенций) и мнений, направляющих действия людей. Реализации одной и той же интенции может соответствовать ряд альтернативных интерпретационных схем. Выбор одной из схем с целью выполнения действия называется *стратегией* [Delia e.a 1982]. Тот факт, что разные люди не обладают одними и теми же интерпретативными схемами, значительно усложняет процесс интеракции. Как правило, участникам социального взаимодействия приходится координировать свои действия, имплицитно упорядочивая схемы. Таким образом, «коммуникация характеризуется намерением каждого участника выразить Себя, собственное «Я», признанием Другими этого намерения, организацией действий (индивидуальных актов) и взаимодействия (социальной интеракции) в соответствии с этими взаимонаправленными интенциями» [Макаров 2003: 62].

С позиций теории *социального конструкционизма*, дискурс не просто отражает объекты, события и категории, существующие в природе, социуме, культуре, а создаёт, конструирует определённую версию этих вещей, отношений и проекций «Я» [Бергер, Лукман 1995; Habermas 1984; Potter & Wetherell 1987]. Сама возможность языкового отражения действительности ставится под сомнение. Языку приписывается более широкий характер, «в семантике есть и то, чего в действительности нет» [Рахманин 2001:17]. Несколько иное противопоставление языка и действительности находим еще у И. Канта, который предполагал существование мира, принадлежащего языку, и мира, лежащего за его пределами. Объективным Кант считал первый из двух миров [Кант 1964: 191-192]. В любом случае, признается существование дихотомии «то, что относится к языку» - «то, что находится за его пределами».

М.Л. Макаров выделяет следующие положения социального конструкционизма, принципиальные для анализа проблем языка и речевой коммуникации [Макаров 2001: 33; 2003: 66-67]:

1. сообщения о «действительности» возникают в развертывающемся во времени свободном потоке непрекращающейся коммуникативной активности человеческих сообществ;

2. высказывание приобретает смысл только как конструктивная часть развивающегося диалога; отдельно взятое высказывание не имеет смысла [ср. «Высказывание - социально», Волошинов 1995: 298];

3. ответные высказывания создают все новые смыслы и обуславливают дальнейшее развитие диалога, постоянно изменяя контекст разговора;

4. только с привлечением категорий *социолект, речевые жанры* и т.п. можно объяснить, как соответствующие дискурсы обеспечивают функционирование социальных групп в качестве динамических реляционных целостных сущностей, поведенческих идеологий, «которыми живут»;

5. по мере того как лингвистически координированные социальные отношения становятся «историей» и затем упорядочиваются и ранжируются, появляются «официальные версии» описания мира и собственных «Я», т.е. локальные дискурсивные онтологии и социальные санкции их поддержания;

6. локальные онтологии и системы морали в «западной» культуре отводят приоритетную роль индивидуальности;

7. психологическая речь, которая предположительно ведется о наших восприятиях, воспоминаниях, мотивах, суждениях, не выражает некой существующей вне момента высказывания внутренней реальности ментальных репрезентаций, она заключается в самих этих сообщениях, формулируемых в зависимости от позиции говорящего в коммуникативном контексте.

Коммуникация рассматривается как первичный социальный процесс, а идентичность – как коммуникативно (дискурсивно или интерпретативно) конструируемая сущность.



### 1.3. Статус языка компьютерного общения

Тот факт, что языковая коммуникация играет важнейшую роль в процессе идентификации личности, не подлежит сомнению. Владение языком, усвоение языкового опыта данной социальной общности позволяют человеку принимать участие в лингвистически координируемых социальных отношениях. В то же время, функциональные различия между сферами общения оказывают влияние на состав используемых в них языковых систем. Для обозначения таких функциональных подсистем языка Ю.М. Скребнев предлагает использовать термин *субъязык*. Автор особо подчеркивает тот факт, что субъязыки можно считать лишь потенциально дискретными, они не имеют четких границ, доступных наблюдению и являются конструктивными лингвистическими объектами, вычлняемыми в ходе гипостазирования. Субъязык обслуживает некоторую сферу языковой деятельности, установление которой регламентируется лишь задачами исследования [Скребнев 1985:21 - 23].

Каждый субъязык содержит специфические и неспецифические единицы. Совокупность последних составляет центральную языковую область, «общее ядро» всех субъязыков. Такие единицы обладают нейтральной стилистической значимостью, то есть сознание коллектива не констатирует их принадлежность к абсолютно или относительно специфической области того или иного субъязыка [Скребнев 1985: 25].

Говоря о *языке киберпространства*, мы имеем в виду некую языковую систему, обслуживающую сферу межличностной электронной компьютерной коммуникации и, безусловно, являющуюся субъязыком по отношению к общенациональному языку. В то же время, «бытийный» характер виртуального общения подразумевает функциональное многообразие сфер, отличающихся тематикой, целями и условиями речеобразования (электронная почта, чат, форум, персональная страничка, ICQ и т.д.). Все эти сферы обслуживаются отдельными языковыми подсистемами, в состав которых также входят как

специфические, так и неспецифические единицы. Наличие общего ядра нейтральных единиц у всех этих подсистем позволяет нам рассматривать их в качестве субъязыков по отношению к объединяющему их языку киберпространства.

В соответствии с задачами настоящего исследования, при выделении языка киберпространства для нас явились принципиальными следующие экстралингвистические факторы.

1. Активное взаимодействие традиционных письменных форм общенационального языка с иными видами семиотических систем; использование маргинальных семиотических объектов.

2. В контексте виртуальной коммуникации ставится под сомнение традиционный тезис о том, что «в отличие от языка, письмо не является необходимым условием существования общества» [Истрин 1965: 25]. Тексточентричность электронного дискурса обуславливает *слияние* языка и письма. Язык киберпространства – это, прежде всего, письменный, визуально воспринимаемый язык.

#### 1.4. Лингвистические подходы к изучению конструирования идентичности

Конструирование идентичности происходит в дискурсе. Понятие дискурса допускает множество интерпретаций, его трактовка менялась на протяжении всей второй половины XX века. В 1960-1970-е годы преобладал формальный или структурно ориентированный подход, в рамках которого дискурс понимался как связанная последовательность предложений и речевых актов, «два или несколько предложений, находящихся друг с другом в смысловой связи» [Звегинцев 1976: 170]. Противоположный формальному, функциональный подход к определению понятия «дискурс» сосредотачивается на изучении влияния функций языка в самом широком социокультурном контексте на функции дискурса. В этом контексте под дискурсом понимается

всякое «употребление языка» [Макаров 2003: 86]. Позднее дискурс стал трактоваться как сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знание о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста.

В рамках формального подхода часто противопоставляются письменный текст и устный дискурс, в связи с чем разграничивают дискурс-анализ, изучающий только устную речь, и лингвистику текста [Гальперин 1981: 18; Филиппов 1989]. Кроме критерия «письменный-устный», были попытки противопоставления текста и дискурса по признакам «монологичность - диалогичность», «продукт - процесс», «статичность - динамичность», «структурность - функциональность», «виртуальность - актуальность».

Согласно еще одному важному подходу, дискурс выступает как объединяющее понятие для текста и речи, которые являются его разными аспектами [Богданов 1990]. Вслед за М.Л. Макаровым в нашем исследовании мы отдаем предпочтение широкой трактовке понятия «дискурс» как родовой категории по отношению к понятиям «речь», «текст» и «диалог» [Макаров 2003: 90].

Поскольку человеческое общение – это сложный психо-социальный процесс, в лингвистике существует множество научных подходов к изучению различных аспектов дискурса, что привело к большой неоднозначности термина «дискурс-анализ», который понимается то очень широко, то неоправданно узко. Мы соглашаемся с определением *дискурс-анализа* как «интегральной сферы изучения языкового общения с точки зрения его формы, функции и ситуативной, социально-культурной обусловленности», предложенным М.Л. Макаровым [2003: 99]. Безусловно, изучение всех многочисленных аспектов дискурса заслуживают внимания, но в данном исследовании мы подробно остановимся на тех из них, которые, на наш взгляд, необходимо учитывать в первую очередь при анализе межличностного общения (вербального в сочетании с употреблением паралингвистических элементов), в ходе которого происходит конструирование идентичности. Отвечая на во-

прос «Как происходит идентификация личности в общении?», мы неизбежно придем к рассмотрению средств, используемых человеком для выражения своих мыслей (формально-семантический аспект), закономерностей их функционирования и сочетания между собой (синтаксический аспект), а также эффектов, оказываемых в результате на коммуникантов (прагматический аспект). Таким образом, нам представляется целесообразным провести анализ конструирования идентичности в киберпространстве в семиотической системе координат.

#### 1.4.1. Лингвосемиотика

Семиотика - наука, изучающая свойства знаков и знаковых систем. Ее основы были заложены еще представителями античных и средневековых философских учений, позже пересмотренных и развитых такими учеными, как Ч. Пирс, Ф. де Соссюр, Ч Моррис, Р.О. Якобсон, Р. Барт, Ю.С. Степанов и др. Становление и развитие науки семиотики изначально шло по двум основным направлениям: логическому и лингвистическому. Общие принципы «науки о знаках» были подмечены путем наблюдения за естественным языком, одновременно и независимо, в работах Ч.С. Пирса и Ф. де Соссюра, причем «первый стремился к созданию особого варианта математической логики, а второй – к определению предметной области различных знаков как объектов новой науки, названной им семиологией» [Степанов 1998: 440-441]. В центре внимания логического направления находится изолированный знак, его структура, а также функционирование знака в процессе семиозиса. Для лингвистической семиотики особенно важна функциональная нагрузка знака; язык рассматривается как механизм передачи содержания, пользующийся определенным набором элементарных знаков, причем содержание каждого знака определяется его местом в системе.

Ч.С. Пирс использует понятие «знак» для «денотации объектов воспринимаемых, воображаемых, или даже тех, которые в каком-то смысле

нельзя вообразить» и говорит о том, что «для того, чтобы нечто действовало как знак, это нечто должно «репрезентировать» нечто другое, называемое его объектом» [Пирс 2000: 49]. Пирс разработал разветвленную классификацию знаков, выделяя три основных типа: 1) *иконические знаки*, действие которых основано на фактическом подобии означающего и означаемого; 2) *индексы*, отсылающие к объекту, который они денотируют, находясь под реальным влиянием этого объекта; 3) *символы*, действие которых основано на установленной по соглашению договоренности, усвоенной смежности означаемого и означающего. Сущность этой связи в том, что она не зависит от наличия или отсутствия какого-либо сходства или физической смежности [Пирс 2000: 58-60].

Американский ученый Ч.У. Моррис полагал, что знак есть десигнат для интерпретатора в той степени, в какой он учитывает десигнат благодаря наличию знакового средства. Нечто есть знак только потому, что оно интерпретируется как знак чего-либо некоторым интерпретатором. Свойства знака, десигната, интерпретатора или интерпретанты – это свойства, приобретаемые объектами в функциональном процессе семиозиса. Таким образом, семиотика изучает обычные предметы в той степени, в какой они участвуют в процессе семиозиса. Кроме этого, Моррис предлагает свою классификацию знаков, выделяя: 1) *индексы*, когда единичный знак может обозначать только единичный объект (например, конкретное указание жестом); 2) *характеризующие знаки*, способные сочетаться различным способом со знаками, которые имплицируют и ограничивают сферу их применения (например, слово «человек»); 3) *универсальные знаки*, способные обозначать все (например, слово «нечто») [Моррис 1983: 39-64]. Он же предложил различать в семиотике три аспекта (три измерения семиозиса): *семантику*, *синтактику* и *прагматику*. Предметом семантики являются смысловые отношения между двумя сторонами знака. Прагматика имеет дело с отношением знаков к интерпретаторам (позднее область изучения прагматики расширилась до отношений знаков к тем, кто их использует, субъекту и объекту речи). Наконец,

Моррис говорит, что все знаки, хотя бы потенциально, если не фактически, связаны с другими знаками, поэтому целесообразно выделить третье измерение семиозиса – синтаксическое [Моррис 1983: 42].

Заслужой Ф. де Соссюра считается формулирование основных понятий о природе языкового знака и тезисов о двустороннем характере знака, психической природе обеих его сторон – означающего (акустического образа) и означаемого (понятия), произвольном характере их связи, дифференциальном характере обеих сторон знака, системной обусловленности знака, линейном характере означающего, непрерывности знака во времени, изменчивости знака и так далее [Соссюр 1977: 35-284].

По мере развития науки семиотики были представлены различные подходы к рассмотрению проблемы знака, однако, существуют свойства знака, которые признаются справедливыми большинством ученых. К таким положениям относятся:

1) знак должен обладать свойством перцептивности. «Предмет, который выступает в роли знака, обязательно должен обладать вещественными свойствами, чтобы быть воспринимаемым» [Гриб 1978: 79]. «Специфика знаковой деятельности в том, что мы оперируем одними чувственно воспринимаемыми предметами вместо других» [Коршунов, Мантатов 1974: 38];

2) знак должен быть информативен, то есть нести смысловую информацию об объекте [Сусов 2003];

3) знак произволен, что касается связи между означаемым и означающим, хотя и встречаются знаки с ярко выраженной мотивированностью;

4) означающее знака линейно;

5) знак – элемент определенной семиотической системы, поэтому характеризуется теми отношениями (синтагматическими и парадигматическими), в которые он вступает с другими знаками данной системы;

6) знаки характеризуются асимметричностью означающего и означаемого, благодаря чему становятся возможными явления синонимии, полисемии и омонимии;

7) знаки психичны, то есть хранятся в памяти носителей языка;

8) знаки социальны, так как предполагают одинаковое представление о себе в некой социальной общности, пользующейся одной знаковой системой. Единство плана выражения и плана содержания устанавливается социально.

Из последнего свойства знаков следует их изменчивый характер под воздействием социальных условий. Потребность в адекватной передаче познаваемого мира приводит к переосмыслению плана содержания знаков. Именно поэтому одним из важнейших свойств любой естественной знаковой системы (в том числе человеческого языка) является ее гибкость, способность реагировать на потребности общества.

Преследуя определенные цели в общении, индивид сознательно или полусознательно прибегает к выбору тех или иных знаковых средств и способов их сочетания между собой. Из этого следует, что изучение процесса конструирования идентичности в межличностной коммуникации может опираться на семантический и синтаксический анализ используемых индивидом средств. С другой стороны, сама способность человека использовать те или иные знаковые средства, условленные в данной социальной общности, является важной характеристикой его языковой компетентности, которая представляет собой неотъемлемый аспект индивидуального «Я». Языковые способности человека соотносятся с понятием языковой личности, о котором еще пойдет речь.

Анализ идентификации личности при межличностном общении предполагает уделение особого внимания отношениям между знаками и теми, кто их использует, что входит в сферу изучения третьего семиотического измерения – прагматики.

#### 1.4.2. Прагматика

Пользователями языка являются люди, поэтому прагматические характеристики имеют связь с психологическими, биологическими и социологиче-

скими явлениями, которые наблюдаются при функционировании знака. Ю.С. Степанов рассматривал прагматическую парадигму как философию эгоцентрических слов. «Я» говорящего расслаивается на «Я» как подлежащее, «Я» как субъект речи и «Я» как внутреннее эго, контролирующее самого субъекта. Именно поэтому прагматическая парадигма концентрирует свое внимание на присвоении себе языка говорящим в момент и на момент речи [Степанов 1973].

Спектр явлений и вопросов, изучаемых в рамках прагмалингвистики очень велик, в связи с чем выделяют ряд основных подходов к исследованию прагматики языка: теорию речевых актов (Дж.Остин, Дж. Р. Сёрль), логическую прагматику общения (Г.П. Грайс, Дж.Лич, С.Левинсон, П. Браун), лингвистический дискурс-анализ (Дж. Синклер, М. Култхард, Д. Гиббон), критический дискурс-анализ (Р. Лаков, Р. Водак, Т.А. ван Дейк), конверсационный анализ (Г. Сакс, Э. Щеглов и др.), интерактивную социалингвистику (Дж. Гамперц, Э. Гоффман), когнитивные и психолингвистические модели обработки дискурса (Т.А. ван Дейк) и так далее. Выбор тех или иных подходов зависит от анализируемого феномена. Так, в связи с субъектом речи можно изучать цели высказывания (явные и скрытые), речевые тактики и типы речевого поведения, правила разговора по принципу сотрудничества, референцию, пресуппозицию. В связи с адресатом речи изучают особенности интерпретации речи, воздействие, осуществляемое высказываниями, типы речевого реагирования. При перемещении фокуса исследования на отношения между участниками коммуникации, изучаются формы речевого общения, его социально-этикетный аспект. Безусловно, процесс конструирования идентичности предполагает одновременное участие двух сторон – говорящей и воспринимающей, интерпретирующей. Но, поскольку в центре нашего исследования находится, прежде всего, субъект речи, мы будем опираться на понятия референции и презумпции, а также на основные положения теории речевых актов, логико-прагматической теории коммуникации и теории о когнитивной структуре представления знаний.



*Референция* – понятие большой важности для теории значения не только в лингвистике, но и в семиотике, философии, логике. Референция заключается в сопоставлении содержания языковой единицы с объектами внешнего (по отношению к языку) мира – возможными референтами [Арутюнова 1976; Падучева 1985; Сусов 1990], это «отнесенность актуализованных (включенных в *речь*) имен, именных выражений (именных групп) или их эквивалентов к объектам действительности (референтам или денотатам)» [Арутюнова 1998а: 411].

Помимо традиционного взгляда на референцию, большую популярность принял интенциональный подход, согласно которому не слово, а говорящий намеренно указывает на объект. «Референтность не есть качество, присущее языковому выражению как таковому – это человек использует выражение, соотнося его с референтной ситуацией, *реальным* или *возможным* миром в соответствии со своей интенцией» [Макаров 2003: 121]. Таким образом, референция связана с употреблением языка и возникает только в речевых актах. Распознавание через референцию намерения говорящего адресатом возможно при соотнесении языкового выражения с одними и теми же объектами и образами действительности обоими участниками (сторонами) общения. В этом заключается отношение интерсубъективности.

С позиций интеракционной модели коммуникации, принципиально важной для анализа конструирования персональной идентичности, референция рассматривается как совместное действие (*collaborative process*), коммуникативное сотрудничество, позволяющее распознать личностно обусловленные смыслы [Clark, Wilkes-Gibbs 1986; Heeman 2005]. Одним из компонентов смысла предложения является *пресуппозиция* (или презумпция), истинность которой определяет уместность высказывания в данном контексте и не позволяет рассматривать высказывание как семантически аномальное [Фреге 1977; Стросон 1986].

Коммуникативное сотрудничество говорящих осуществляется в речевых актах, главными характеристиками которых являются конвенциональ-

ность и интенциональность [Остин 1986]. Как известно, речевой акт представляется как трехчастное целое, в составе которого выделяются *локутивный, иллокутивный* и *перлокутивный* акты [Сёрль 1986а, б; Грайс 1985; Кобозева 2000: 257-265]. Трехуровневый характер речевых актов логически сочетается с процессом идентификации индивида в ходе межличностного речевого общения. Вступая в интеракцию, человек имеет определенную интенцию (часто не осознаваемую, но обусловленную теми или иными потребностями), намерение произвести желаемое впечатление на Другого, получить признание или порицание, повлиять на действия и поведение собеседника и так далее. Это первый этап формирования идентичности – демонстрация «Лица». В соответствии с интенцией, индивид выбирает определенный набор средств для достижения поставленной цели и ждет от Другого понимания и принятия своих намерений в силу конвенционального характера локутивного акта. Достижение результата (не обязательно входящего в намерение говорящего), то есть перлокуция, предполагает осуществление определенного воздействия на Другого. В свою очередь анализ данного воздействия, удовлетворенность или неудовлетворенность полученным результатом – есть неотъемлемая часть формирования образа собственного «Я» через сравнение себя с Другими. В данном исследовании особый интерес для нас будут представлять лингвистические и паралингвистические средства, сознательно или полусознательно отбираемые индивидом в соответствии с его коммуникативной интенцией, а также связь этих средств с определенными аспектами «Я» говорящего.

Выбор тех или иных речевых актов говорящим определяется не только его намерениями, но и конвенциями речевого общения, рассмотрение которых является одним из вопросов логико-прагматической теории коммуникации [Grice 1981; Грайс 1985; Leech 1983]. Нарушение тех или иных Принципов общения, использование имплицатур и провоцирование собеседника на инференционные выводы являются составляющими коммуникативных стратегий, избираемых в соответствии с целями конкретного речевого взаимо-

действия и, в частности, процесса конструирования идентичности. Успешность подобной интеракции во многом зависит от наличия у собеседников изначального общего знания, социокультурной информации, «когнитивного образа ситуации взаимодействия в ее динамике» [Макаров 2003: 158].

К общим структурам знаний и представлений, которые обеспечивают адекватную когнитивную обработку стандартных (стереотипных) ситуаций, относятся фреймы, схемы, сценарии (скрипты), планы, ментальные модели [Минский 1979; Дейк 1989; Шенк 1980; Johnson-Laird 1989]. Человек, пытаясь познать новую ситуацию или переосмыслить уже привычные факты действительности, выбирает из своей памяти некоторую структуру данных, образ, и путем изменения определенных элементов делает ее пригодной для понимания более широкого класса явлений. Процесс конструирования личностной идентичности также основан на моделировании когнитивных представлений. Субъекты коммуникативного взаимодействия склонны категоризировать отдельные аспекты общения, соотнося их с теми или иными ментальными репрезентациями. Это же справедливо и для первичного восприятия коммуникантами друг друга, основанного на стандартных представлениях о личности человека согласно его поведению и коммуникативной манере.

Представления о типичных ситуациях действительности складываются в сознании индивида в результате приобретения социального опыта. Готовые когнитивные схемы и сценарии для интерпретации действительности ускоряют процесс мышления. С другой стороны, обобщение социального опыта неизбежно ведет к стереотипизации, категоризации мира, упрощенному и схематичному восприятию социальных явлений, что нередко становится причиной формирования поведенческих и отношенческих установок в сознании индивида [Гришаева, Цурикова 2003: 183-184; Аронсон 1998: 157-158]. Формирование стереотипов – естественный процесс, поскольку они усваиваются человеком в ходе его развития, социализации, коммуникативного взаимодействия, поэтому «не удивительно, что в большинстве случаев дис-

курсивно сконструированные стереотипы воспринимаются некритически и вообще не воспринимаются как таковые» [Колосов 2004: 18].

Осмысление стереотипных коллективных когнитивных структур делает возможным создание ложных идентичностей через вступление в социально-коммуникативное взаимодействие под различными «масками». Успешность такой «игры» во многом зависит от речевых способностей человека.

#### 1.4.3. Языковая личность

Активное употребление в сфере социальных наук термина «языковая личность» привело к неоправданному расширению стоящего за ним понятия. В результате попыток одновременно учесть типовые социальные, групповые и собственно индивидуальные черты «человека говорящего», возникает терминологическая путаница, и языковая личность нередко соотносится с понятиями личности вообще, идентичности, Эго, «Я» [Леонтович 2000]. «Понятие «языковая личность» образовано проекцией в область языкознания соответствующего междисциплинарного термина, в значении которого преломляются философские, социологические и психологические взгляды на общественно значимую совокупность физических и духовных свойств человека, составляющих его качественную определенность» [Воркачев 2001: 65]. В социопсихологической парадигме «Я», Эго все чаще рассматривается не как заданная величина, а как *коммуникативно* (дискурсивно и интерактивно) конструируемая сущность, зависящая от многих исторических и социально-культурных условий общения и действительности» [Макаров 2003: 64].

Отводя общению ключевую роль в процессах социализации и идентификации личности, необходимо, тем не менее, признать, что «человек говорящий» и «человек слушающий и воспринимающий» - лишь одна из характеристик, самостей сложной структуры индивидуального «Я». Однако, даже при попытке рассмотрения языковой личности только в рамках лингвистиче-

ской науки, мы все равно неизбежно сталкиваемся с множеством подходов, обусловленных разнообразием парадигм в языкознании.

Автором термина «языковая личность» многие исследователи считают Ю.Н. Караулова, который рассматривал данное понятие в терминах «готовностей» личности реализовать те или иные дискурсивные способности на этапе порождения дискурса, а на уровне перцепции – реализованных дискурсивных способностей личности [Караулов 1987: 60-62]. Автор различает три уровня дискурса: вербально-семантический, тезаурусный и мотивационно-прагматический, каждый из которых включает ряд подуровней. Дискурсивные способности третьего уровня ориентированы на уместность использования вербализованных актов в социальном взаимодействии.

Г. И. Богин рассматривает под «языковой личностью» человека с точки зрения его способности к речевой деятельности [Богин 1984а: 1], что у некоторых ученых ассоциируется скорее с понятием «речевой личности» [Воркачев 2001: 65].

И. Э. Ключанов, помимо способности человека производить и понимать высказывания и тексты, приписывает «языковой личности» владение «целостным смыслообразованием» (*integral sense formation*). Считая значение (*meaning*) свойством единиц языка, автор рассматривает смысл (*sense*) как неотъемлемую характеристику вербального высказывания или текста. Смысл высказывания содержит всю информацию для правильного понимания и интерпретации данного высказывания [Klyukanov 1990: 69].

С.А. Сухих и В.В. Зеленская понимают под «языковой личностью» совокупность особенностей вербального поведения человека, использующего язык как средства общения, то есть личность коммуникативную [Сухих, Зеленская 1997: 64]. Наконец, под «языковой личностью» может пониматься закрепленный преимущественно в лексической системе базовый национально-культурный прототип носителя определенного языка, своего рода «семантический фоторобот», составляемый на основе мировоззренческих устано-

вок, ценностных приоритетов и поведенческих реакций, отраженных в словаре, - личность словарная, этносемантическая [Карасик 1994: 2-7].

Н. А. Кузьменко предлагает следующий подход к рассмотрению понятия «языковая личность». По мнению автора, данное понятийное поле включает три аспекта: 1) языковая личность олицетворяется с носителем определенного национального ментально-лингвального комплекса, тезауруса, т.е. активным либо пассивным информантом; 2) это филологическая личность, т.е. языковая личность специалиста-филолога; 3) это научная парадигма «человек и язык», языковая картина мира, тезаурус языковой личности и ее ментальное пространство (как носителя языка) [Кузьменко 2001: 223].

Лингвокультуральный подход отражен в определении языковой личности как «абстракции от всех результатов речемыслительной деятельности коммуникантов в различных дискурсивных условиях в одной лингвокультуре. Языковая личность – когнитивно-коммуникативный инвариант, реализуемый в реальной интеракции некоторым множеством вариантов» [Гришаева, Цурикова 2003: 232].

В нашем исследовании мы признаем ведущую роль языка и языковых способностей в конструировании идентичности и тесную взаимосвязь между уровнем развитости речевых способностей человека и успешностью процесса личностной идентификации в ходе коммуникативной интеракции. Именно поэтому мы принимаем модель языковой личности, предложенную Г.И. Богиним, в качестве теоретической основы конструируемой нами модели идентичности в электронной коммуникации.

Рассматривая языковую личность с точки зрения готовности человека к речевым произведениям, Г.И. Богин в своей модели попытался дать представление не о «знании языка», а о «владении языком» [Богин 1984b]. При этом особо подчеркивается, что готовности к действию с речевыми произведениями существенны для развития личности вообще.

В предложенной модели Г.И. Богин рассматривает язык в качестве материального основания структуры языковой личности, а, поскольку язык сам

поддается структурированию, в модели отражены его три крупных подразделения – фонетика, грамматика и лексика.

Автор также делает акцент на том, что рассмотрение языка как системно-структурного образования неизбежно приводит к противопоставлению подсистем художественной и разговорной речи, однако, с точки зрения структуры языковой личности, напротив, «подсистема разговорной речи и подсистема художественной речи сближены по общему признаку - по признаку равноудаленности от условно-конструируемой (в некоторых случаях, впрочем, реально существующей) речи, лишенной всякой “стилистической прибавки” и пользующейся только средствами прямой номинации» [Богин 1984 б]. Иными словами, находясь на одном уровне структуры модели языковой личности, художественная и разговорная речь не противопоставляются.

Между тем, действительной языковой личности приписывается не только способность произведения речевых действий в области прямых номинаций элементов объективной реальности, но и умение оперировать *субъективными реальностями*, принимать и передавать значащие переживания, не прибегая к средствам прямой номинации.

Помимо уровней языка, модель Г. И. Богина учитывает то, что языковая личность может находиться на ступени меньшего или большего развития. Поскольку языковую личность как одну из граней человеческой личности вообще трудно наблюдать непосредственно, рассмотрение изучаемого феномена возможно только через его взаимодействие с чем-то внешним, а именно – с социальной средой. Это обуславливает введение понятия «оценщика», наблюдателя и наблюдаемого (поскольку сам он также является языковой личностью), высказывающего критические замечания, «оценивающего», что хорошо или плохо в речи говорящего. При всей абстрактности образа «оценщика», критика адекватности/неадекватности конкретных речевых поступков дает автору возможность выделить пять основных уровней развития языковой личности.

1. Уровень *правильности*. Критикуется в повседневном быту по формуле «*Он русского языка не знает*». Высказывая критику в адрес подобный речевых произведений, «оценщик» отстаивает требование: «Пользуясь языком, надо пользоваться именно данным языком с его элементарными правилами». Слова не должны быть «не-словами», предложения – «не-предложениями».

2. Уровень *интериоризации*. Критикуется по принципу: «*Он еще говорить как следует не научился*». Чаще всего это проявляется в замедленной речи, неоправданно долгих паузах, трудностях в подборе слов, запинках, что делает речь нерациональной, недостаточно целесообразно протекающей во времени. Все это, в конечном счете, является следствием недостаточной интериоризации внутреннего плана поступка.

3. Уровень *насыщенности*, критикуемый по формуле: «*У него бедная речь*». Критика речевых поступков на этом уровне сводится к нежеланию/неумению говорящего использовать «все богатство языка».

4. Уровень *адекватного выбора*. Формула критики в быту: «*Он не те слова говорит*». На данном уровне критике может подвергаться и неумение различить, когда выбор говорящим той или иной речевой единицы обусловлен некомпетентностью первого, а когда оправдан целью высказывания.

Уровень адекватности выбора, как правило, относится к отдельным предложениям, а не целым текстам.

5. Уровень *адекватного синтеза*, критикуемый в быту по формуле «*Говорит он то, да получается что-то не то*». На этом уровне неадекватность всего поступка раскрывается только в контексте, поэтому «оценщик» должен принимать во внимание весь текст. Развитость языковой личности до уровня адекватного синтеза предполагает ее способность оперировать жанрами (ср. «Научиться говорить – значит научиться строить жанры» [Провоторов 2003: 89]).



Г.И. Богин наблюдает прямую зависимость между уровнями развития языковой личности и развитием личности вообще, указывая на особенности овладения языком по мере взросления и становления личности человека.

Таким образом, в основе модели языковой личности Г.И. Богина лежат три взаимонезависимые аксиомы:

1. Язык включает фонетическую, лексическую и грамматическую стороны (с соответствующей им семантикой).

2. Пользуясь языком, человек либо говорит, либо слушает, либо пишет, либо читает, либо совмещает эти действия.

3. Развитие языковой личности может быть **большим** или меньшим.

Сама модель имеет форму куба, по трем осям которого представлены:

- ✓ ось А: фонетика (включая орфографию для письма), грамматика, лексика;
- ✓ ось Б: говорение, аудирование, письмо, чтение;
- ✓ ось В: правильность, интериоризация, насыщенность, адекватный выбор, адекватный синтез [Богин 1984а, 1984б].

Таким образом, развитость языковой личности играет непосредственную роль в процессе личностной идентификации. Участники интеракции формируют мнение о человеке по тому, *как* тот говорит, делают выводы относительно его происхождения, возраста, уровня образованности и так далее. С другой стороны, высокая степень развития языковой личности позволяет человеку с легкостью использовать свои языковые и речевые возможности для демонстрации своего желаемого «Я», исходя из предпосылки об изначальной стереотипности восприятия действительности индивидами и природного стремления категоризировать новую информацию согласно их представлениям о типичных ситуациях.

## Выводы по Главе 1

*Идентичность* понимается как результат сложного процесса идентификации, заключающегося в ответе индивидом на вопрос «Кто я?». Станов-

ление личности сопровождается постоянными идентификациями, которые дополняют и корректируют обобщенный образ человека о самом себе. Личностная идентификация носит интеракционный характер и всегда происходит во взаимодействии индивида с окружающим миром, другими индивидами или отдельными аспектами своего собственного «Я». С позиций классического психоанализа, идентификация рассматривается как метод, с помощью которого человек перенимает черты Другого, делая их корпоративной частью своей личности. Представители символического интеракционизма признают формирование идентичности только через сравнение себя с Другими. В обоих случаях утверждается социальная природа процесса личностной идентификации. В данном исследовании мы соглашаемся с положением социального конструкционизма о том, что коммуникация – это первичный социальный процесс, а идентичность – коммуникативно конструируемая сущность, что делает очевидной ключевую роль языка в процессе личностной идентификации.

Обобщая психологические, социальные и лингвистические подходы, рассмотренные в первой главе исследования, мы выделяем шесть основных этапов идентификации личности в интерперсональном общении.

1. *Осознание желания* участвовать в коммуникативной интеракции из стремления к идентичности как естественной потребности социализированной личности. Толчком для подобного осознания могут послужить рассогласование между отдельными самостями составного «Я», формирование образа «Я-идеального» и стремление к его признанию Другими, остро переживаемое несоответствие внутреннего «Я» и его внешних, социальных проявлений.

2. *Формирование интенции*, представления о желаемом результате, которым часто выступает признание «Я-идеального» как естественной характеристики индивида. Человек задается целью произвести определенное впечатление на Другого. Распознавание интенции в общении происходит через осуществление референции.

3. *Выбор средств и стратегий* в соответствии с поставленной целью, который может происходить неосознанно, согласно когнитивным представлениям человека о типичных ситуациях. Сюда относится предпочтение тех или иных видов речевых актов, решение поддерживать или намеренно нарушать конвенции речевого общения, выбор паралингвистических средств и так далее. Выбор средств и стратегий может осуществляться и непосредственно при коммуникативном взаимодействии согласно интенции говорящего.

4. Непосредственно *коммуникативное взаимодействие*, вступая в которое, индивид *демонстрирует* свое позитивное «лицо» или другую выбранную «маску». Стереотипный характер ментальных репрезентаций о типичных ситуациях и конвенциональный характер локутивного акта делают возможным коммуникативное сотрудничество участников общения, а также широкое использование инференционного вывода импликатур. Намеренное нарушение Принципа Кооперации также является одним из средств личностной идентификации.

5. *Анализ действительного результата* интеракции, его сопоставление с желаемым, предполагаемым результатом.

6. Формирование *дополненного образа «Я»*, соотносящегося с понятием идентичности.

Осознание стереотипных коллективных когнитивных структур делает возможным создание ложных идентичностей через вступление в социально-коммуникативное взаимодействие под различными «масками». Успешность такой «игры» во многом зависит от речевых способностей человека, поэтому изучение идентичности неотделимо от рассмотрения понятия языковой личности. Владение языком, усвоение языкового опыта данной социальной общности позволяют человеку принимать участие в лингвистически координируемых социальных отношениях. Вслед за Г.И. Богиным, под языковой личностью мы понимаем человека с точки зрения его способностей к речевым произведениям. Чем выше уровень развития языковой личности, тем более

развита личность вообще, и тем более сложной и многоаспектной является ее идентификация.

Общение в киберпространстве осуществляется с помощью особой языковой системы (языка киберпространства), являющейся одновременно субязыком по отношению к общенациональному языку и объединяющим языком для ряда функциональных языковых подсистем в рамках межличностной компьютерной коммуникации. Язык киберпространства характеризуется активным взаимодействием традиционных письменных форм общенационального языка с иными видами семиотических систем; использованием маргинальных семиотических объектов. Текстцентричность электронного дискурса обуславливает слияние языка и письма. Язык киберпространства – это, прежде всего, письменный, визуально воспринимаемый язык.

Идентификация осуществляется в дискурсе, а любому виду дискурса присущи своя специфика и конвенции речевой деятельности, что находит отражение в используемых индивидом вербальных и невербальных средствах. Электронная коммуникация не является исключением.

## ГЛАВА 2

### ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

#### 2.1. Своеобразие сетевого компьютерного дискурса

Как известно, «различные коммуникационные каналы выражают различные аспекты идентичности» [Suler 2002]. В настоящее время все большее количество людей во всем мире оказывается включенным в международную систему виртуального общения, которая обладает своими специфическими особенностями, обусловленными, прежде всего, своеобразием канала связи. Это, с одной стороны, ограничивает применение коммуникативных средств, характерных для традиционного устного общения, но, с другой стороны, открывает интересные возможности за счет новых компьютерных технологий, что заметно отличает виртуальный дискурс от близкой к нему по способу восприятия письменной коммуникации.

Основные факторы общения в их наиболее общем виде были определены Р.О. Якобсоном. К ним относится сообщение и его неотъемлемые свойства: адресант и адресат сообщения, причем последний может быть как действительным, так и лишь предполагаемым в качестве получателя сообщения; характер контакта между участниками речевого акта; код, общий для адресанта и адресата; характерные общие черты, а также различия между операциями кодирования, осуществляемыми адресантом, и способностью декодирования, присущей адресату; отношение данного сообщения к контексту окружающих его событий, которые либо принадлежат к тому же самому акту коммуникации, либо связывают вспоминаемое прошлое с предполагаемым будущим [Якобсон 1985: 319]. Все эти факторы характерны и для общения по сети Интернет, хотя им, безусловно, присуща своя специфика.

В.П. Конецкая различает следующие виды коммуникации: по количеству участников – межличностную, групповую, массовую; по способу передачи и восприятия – аудитивную, визуальную, аудитивно-визуальную [Ко-

нецкая 1997: 84]. Компьютерное общение сочетает в себе все вышеперечисленные виды.

По форме электронная коммуникация может быть либо письменной, либо устной (при наличии специальных технических средств); по масштабности – массовой, групповой или межличностной; по времени – краткой или неограниченной во времени; по характеру адресата – актуальной или виртуальной (общение с неопределенным коллективом, с неизвестным, воображаемым собеседником). При всем разнообразии видов электронной коммуникации все они характеризуются дистантностью и опосредованностью, то есть общение осуществляется не напрямую, а посредством компьютера.

В рамках данной работы нас интересует, прежде всего, письменное электронное межличностное общение, как актуальное, так и виртуальное.

А.Н. Галичкина считает, что письменное компьютерное общение, хотя и осуществляется с помощью компьютера, по существу ничем не отличается от традиционного письменного общения, «только каналом общения выступает не бумага, а электронный сигнал» [Галичкина 2001]. Мы не можем согласиться с таким подходом, сводящим специфику общения посредством компьютера к специфике канала связи и не учитывающим множество других важных факторов.

Для нашего исследования принципиальными являются следующие свойства письменного компьютерного общения.

1. *Дистантность*. В подавляющем большинстве случаев коммуниканты находятся на большом расстоянии друг от друга, в разных городах, а иногда и в разных странах.

2. *Опосредованность*. Общение осуществляется не при личном контакте, а посредством компьютера, при этом собеседники видят не друг друга, а экран монитора. Как следствие, пользователи сети Интернет лишены возможности использовать те невербальные средства устного общения, без которых не обходится ни один непосредственный контакт.

3. *Ограниченность во времени.* Во-первых, на сегодняшний день доступ в Интернет для многих пользователей является платной услугой. Во-вторых, передача сообщения в письменной форме занимает больше времени, чем в устной, что создает необходимость поиска более кратких средств передачи информации.

4. Письменное компьютерное общение предполагает возможность общения с незнакомым человеком, *воображаемым собеседником*, мнение о котором можно составить исключительно по тому, что он говорит, а точнее, пишет.

5. Хотя современные технические средства значительно расширяют возможности электронного общения, вплоть до применения виртуальных графических планшетов и видеотелефонии, большинство рядовых пользователей по-прежнему вовлечены в письменную коммуникацию и оснащены при этом *типовым набором знаков*, который им предоставляет клавиатура компьютера. Понятно, что письменное общение с использованием лишь этих возможностей было бы лишено зрительной выразительности и не отражало бы личности коммуникантов. Использование различных паралингвистических средств помогает хотя бы отчасти решить эту проблему.

Все перечисленные особенности оказывают влияние на язык, используемый в электронном общении, а, следовательно, и на процесс личностной идентификации в киберпространстве.

## 2.2. Идентичность в электронной коммуникации

Мир электронного межличностного общения может по праву считаться особым социокультурным образованием, функционирующим по своим законам, обладающим неповторимым своеобразием и оперирующим особым идиомом как средством человеческой интеракции. Это объясняет двойственный характер процесса личностной идентификации в киберпространстве.

С одной стороны, коммуникация в сети Интернет является лишь частным случаем общения как социального взаимодействия, в связи с чем идентичность в киберпространстве рассматривается как результат процесса социализации, который психологически значительно облегчается отсутствием непосредственного живого контакта собеседников. С другой стороны, специфика средств и норм электронного общения предполагает определенную «аккультурацию» начинающего пользователя, его интеграцию в субкультурную группу участников интеракции посредством компьютера, для которой изначально он является чуждым элементом. Здесь уместно говорить об «идиосинкразическом использовании языка отдельными его говорящими» [Белл 1980: 47], при этом обнаруживается указание не на индивидуальность коммуниканта, а на его групповые связи. При такой «аккультурации» происходит трансформация оппозиции «Свой-Чужой» в оппозицию «Свой-Другой» [Гришаева 2003]. Рассмотрим эти два аспекта более подробно.

Человеку присуща врожденная потребность в изменении собственного сознания, ощущении реальности в разных перспективах [Suler 2004a], что составляет неотъемлемую часть идентификации личности в этом мире. Киберпространство предоставляет индивиду такую возможность.

Не секрет, что в Интернете люди делают и говорят то, чего никогда не позволили бы себе при личном контакте. Они выходят за рамки внутренних ограничений, становятся более открытыми и не боятся экспериментировать со своим поведением. Ученые назвали это явление *эффектом раскрепощения* (disinhibition effect), который может проявляться двояко – как *благоприятное* раскрепощение (benign disinhibition) и как *токсическое* раскрепощение (toxic disinhibition) [Suler 2004b]. В первом случае, человек может открыто делиться с другими самой интимной информацией о своих потаенных страхах, желаниях, эмоциональных переживаниях, пытаясь лучше разобраться в самом себе, найти новые пути дальнейшего существования. Во втором случае, раскрепощение проявляется в использовании грубой лексики, резкой критики, выражении ненависти, угроз, в посещении «теневого мира» Интернета – пор-



носайтов, и сайтов, посвященных насилию. Последнее не приводит ни к какому личностному росту и служит лишь для безнаказанного удовлетворения неутоленных желаний и нереализованных потребностей.

Благоприятное раскрепощение значительно упрощает процесс идентификации через социализацию в Интернете, что часто делает виртуальное общение привлекательней, чем общение при личном контакте в реальной жизни. В чем же причины эффекта раскрепощения? Дж. Сулер [Suler 2004b] видит их в следующих явлениях:

1) *диссоциативная анонимность* – вступая в межличностное общение в сети Интернет, пользователь полагает, что остается неизвестным для своих собеседников. Возможность не связывать свои действия с реальным миром и идентичностью снижает уязвимость и способствует раскрытию человека перед окружающими;

2) *невидимость*, что дает возможность не только не заботиться о своем внешнем виде и о том, как звучат произнесенные слова, но и о невербальной реакции собеседника на сказанное. В условиях реального общения вздох, неодобрительное покачивание головой, скучающее выражение лица или нахмуренные брови коммуниканта могут затормозить наше желание высказать то, что мы намеревались. Невозможность при электронном общении видеть реакцию собеседника, выраженную на «языке тела», способствует раскрепощению, подобно приему у психоаналитика, который в течение всей беседы сидит как безучастное лицо;

3) *асинхронность некоторых видов электронного общения* - возможность ответить на сообщение не сразу, а через сколь угодно долгое время (например, по электронной почте, в форумах, сетевых дневниках) оказывает раскрепощающее действие. Притупляется ощущение необходимости сказать что-либо для поддержания разговора;

4) *солипсическая интроекция*, обусловленная наличием ментальных репрезентаций о типичных ситуациях в сознании человека. Он-лайн собеседник является ни кем иным, как персонажем нашего интрапсихического мира,

образом, сформированным не только на основе того, что и как он пишет, но и под влиянием наших ожиданий, желаний и потребностей. Человек склонен многое додумывать, представлять голос и внешность неизвестного собеседника, особенно если его поведение чем-то напоминает кого-то из знакомых людей. Понимание того, что сложившийся образ – лишь плод воображения, способствует раскрепощению;

5) *минимизация авторитета*, вытекающая из анонимного характера электронного общения. Если статус человека в реальной жизни и имеет потенциальную значимость на признание его авторитета в киберпространстве, гораздо большая роль отводится его коммуникативным (в том числе письменным) способностям и качеству идей;

б) *диссоциативное воображение*. Общение в киберпространстве происходит в особых условиях, сильно отличных от реального мира, что создает ощущение нереальности, «ненастоящести» коммуникации. Человек воспринимает электронное общение как игру и охотно вступает в нее в различных ролях, проявляя отдельные самости сложного образа своего «Я».

Эффект раскрепощения упрощает процесс идентификации личности, позволяя даже самому робкому от природы человеку раскрыть свои «настоящие» качества. Именно поэтому социализация и получение общественного признания в Интернете столь привлекательны: человеку кажется, что наконец-то его оценили «таким, какой он есть». В этом, однако, кроется самый большой обман. То, что люди считают своими настоящими качествами, во многом обусловлено системой личных и культурных ценностей, и свою «истинную сущность» человек гораздо охотнее наделяет теми свойствами, которые в рамках его ценностной системы оцениваются как «положительные», а неприятные аспекты личности трактуются как «ненастоящий Я». Застенчивый человек не перестает быть «по-настоящему» застенчивым даже когда ведет себя уверенно и раскрепощенно в электронном общении. Из этого следует важный вывод: формирование идентичности в киберпространстве - есть процесс сравнения *желаемых* аспектов своего «Я» с *желаемыми же*

асpekтами «Я» Других, поэтому анализ языковых и паралингвистических средств, а также речевых стратегий, используемых говорящими, проливает свет на те качества, которые индивид наиболее охотно (и далеко не всегда обоснованно) приписывает себе.

Общение в киберпространстве можно считать «игрой идентичностей», предоставляющей возможность выступления под желаемыми масками и имеющей, как все игры, свои определенные правила. Освоение данных правил соотносится со вторым аспектом идентификации в электронной коммуникации и предполагает, прежде всего, овладение языком компьютерного общения, то есть развитие речевых способностей, языковой личности коммуниканта.

### 2.3. Специфика языка в сети Интернет

Появление и популяризация новых информационных технологий, как и любой другой аспект модернизации жизни общества, неизбежно находит отражение в языковых изменениях. Компьютерный сетевой дискурс – масштабное явление, объединяющее различные возрастные, профессиональные, культурные и другие группы населения по всему земному шару. Такой всеобъемлющий характер электронной коммуникации не просто оказывает влияние на национальные языки, но способствует активному развитию особого социо-культурного идиома, языка киберпространства, который имеет свои отличительные особенности на всех языковых уровнях.

#### 2.3.1. Лексический уровень

Лексический уровень языка киберпространства характеризуется большим количеством заимствованных англоязычных элементов и англицизмов. Можно выделить следующие причины широкого употребления такого рода лексики [Крысин 1994; Ефремов 1974]:

1) потребность в наименовании новой вещи или понятия с помощью заимствованной лексики, что тесно связано с тем фактом, что подавляющее большинство реалий компьютерного мира появились в англоязычных странах. Именно поэтому при введении новых понятий языку-реципиенту проще заимствовать уже существующие английские наименования. Например, *файл, конвертор, дайлер*. Это явление ярче всего прослеживается в сфере терминологии как части лексики, наиболее восприимчивой к связям языка и материальной культуры [Ярцева 1968: 41];

2) необходимость в разграничении понятий и их специализации, что привело, в частности, к заимствованию таких слов как *провайдер* (не просто компьютерная компания, а именно компания, предоставляющая пользователям доступ в Интернет и другие сети); *браузер* (конкретно программа, позволяющая просматривать содержимое страниц, сайтов компьютерной сети);

3) тенденция к замене словосочетаний однословными наименованиями. Это во многом обусловлено необходимостью более быстрых и эффективных коммуникаций в режиме реального времени и просто экономией речевых усилий. Например, *soft* (вместо программного обеспечения), *hard* (как обозначение всех узлов компьютера), *sound* (вместо звуковой карты), *апгрейд* (вместо усовершенствования системы);

4) престижность иноязычного слова по сравнению с исконным или ассимилированным. Действительно, вкрапления из другого языка сразу привлекают к себе внимание в речи. Такие англицизмы как *хакер* (вместо взломщика), *ламер* (вместо новичка), *пейдж* (вместо страницы), *mail* (вместо электронной почты), *пост* (вместо записи в электронном дневнике) обладают большей эмоциональной окраской, чем их аналоги в родном языке. Такие заимствования часто являются «нулевыми» или «паразитарными» [Слобожанина 2004].

По способу возникновения и распространения в киберпространстве, все англицизмы можно разделить на заимствования и квазизаимствования. Заимствования включают в себя:

1) *варваризмы* (слова другого языка, не претерпевшие изменений в языке-реципиенте, различные акронимы и аббревиатуры), например, *ИМНО*, *LOL*;

2) слова, образованные путем *транскрипции и транслитерации*: *аттач*, *линк*, *аддон*, *чит*, *коммент* и др.;

3) *собственно заимствования*, «слова, пришедшие в язык из других языков, передающиеся средствами своей (родной) графической системы, не претерпевшие на почве языка-реципиента никаких существенных переформлений, трансформаций» [Баш 1989: 28]: *компьютер*, *сайт*, *модем*, *винчестер*, *принтер*, *файл* и так далее.

Квазизаимствования подразделяются на следующие категории:

1) *собственно переоформления*, «заимствованные слова, претерпевшие «обработку» в языке-реципиенте» [Баш 1989: 30]. Под переоформлением (как процессом) в этом случае мыслится всякое морфемное переосмысление заимствованного слова. Иначе говоря, при заимствовании из иностранного языка слово приобретает морфологические особенности, характерные для слов той же части речи в языке-реципиенте. Например: существительные – *конвертация* (*от conversion*), *дефрагментация* (*от defragmentation*); глаголы – *форматировать* (*от to format*), *программировать* (*от to programme*) и другие;

2) *слова-миксты*, которые тоже представляют собой определенного рода переоформления, однако в этом случае нельзя точно сказать, являются ли данные слова собственно переоформлением заимствованного слова, или они образованы на русской почве от заимствованного слова по определенным, действующим в языке моделям. Применительно к квазизаимствованиям из английского языка, чаще всего под эту категорию подпадают прилагательные. Например, *баннерный*, *файловый*, *компьютерный* и так далее;

3) *слова-гибриды* - собственно русские слова, созданные на базе заимствованных слов, но уже на русской почве (это в основном эмоционально окрашенные слова компьютерного жаргона): *коннектиться*, *чатиться*, *интер-*

*нетовский, геймиться (или гамиться), ангрейдить* и так далее. Когда слово-гибрид проходит стадию адаптации и постепенно ассимилируется в языке-реципиенте, его часто начинают причислять к образованиям родного языка.

Лексический уровень языка электронного общения включает различные семантические группы слов, обозначающих реалии наиболее часто встречающихся ситуаций виртуального общения. Например, для форумов такими словами будут *сабж, коммент, юзертик*; для чатов – *ник, инфа, тоталить, игнор, личка, приват* и другие. Своим специфическим набором лексических единиц характеризуются и жанры киберпространства, о которых еще пойдет речь.

В самом начале распространения новых информационных технологий исследователи часто обращали внимание на проблему жаргонизации компьютерной лексики [Лихолитов 1997; Андреев 2002; Котова 2002; Турецкий 2002] в том числе из стремления к контрастивной коммуникации, то есть созданию языка для «говорения среди своих» [Беляева, Хомяков 1985: 36-37]. Однако в связи с возрастанием пользовательского опыта у населения и популяризацией сети Интернет компьютерный дискурс перестал быть привилегией избранных. Язык, который сегодня используется в электронном общении, носит общесоциальный характер и отражает дифференцирование пользователей Интернета по особым группам, к которым они себя причисляют. Ярким примером служит так называемое «падонковское арго», целенаправленно созданное группой пользователей Живым Журналом<sup>1</sup> (разновидностью сетевых дневников). Формально данное арго представляет собой «смелое сближение орфографии с фонетикой» [Вернидуб 2005], коверканную транслитерированную запись вульгаризированной устной речи, например, «*Аффтар, выней йаду*», «*Пешы ещцо*», «*Аццкий сотона*». Зародившись как языковое оформление циничного поведения в ЖЖ, «падонковское арго» снабдило пользователей большим количеством штампов, охотно применяющихся при комментировании записей, а также задало направление «падон-

---

<sup>1</sup> Далее – ЖЖ вместо «Живой Журнал».

ковскому» вульгарно транслитерированному стилю письма. Комментарии, выполненные в форме таких штампов не несут практически никакой информации, разве что весьма условную оценку написанного: «Аффтар жжот» - 5 баллов, «Гламурненько» - 4, «Готично» - 3, «Криатифф г\*вно аффтар м\*дак» - 2 [Вернидуб 2005].

Идея «падонковского арго» и ее популяризация в реальной (как противоположной виртуальной) жизни находит как ярых приверженцев, так и рьяных противников. Так или иначе, это едва ли не первый случай «выхода» сетевой лексики в повседневный обиход.

Лексический уровень языка электронного общения и протекающие на этом уровне словообразовательные процессы, а также жаргонизация, арготизация, стилистическое и жанровое деление языковых единиц свидетельствуют о динамичном и вполне самостоятельном характере исследуемого социокультурного идиома.

### 2.3.2. Грамматический и орфографический уровни

Изучение грамматики и орфографии языка сетевого общения затруднено разнообразием форм электронного дискурса. Предлагаем различать жанры и формы *строгие* в грамматико-орфографическом отношении и *нестрогие*. К первой группе будут относиться все жанры, в рамках которых тексты строятся по тем же правилам, что и традиционные письменные тексты – электронные версии СМИ, официальные сайты организаций, образовательные, культурные и бизнес ресурсы и так далее. Это чаще всего тексты массовой коммуникации. Ко второй группе принадлежат, в основном, тексты межличностного общения в рамках таких жанров, как чат, форум, ICQ, ЖЖ, характеризующихся высоким уровнем дозволенности грамматической и орфографической неграмотности. «Общение стало торопливым и предельно упрощенным» [Леонтович 2000: 195], поэтому уровень терпимости к грамматическим ошибкам собеседника довольно высок. Являясь нормой межличностного

компьютерного общения, особенно общения он-лайн, упрощенная грамматическая структура высказывания коммуниканта вовсе не свидетельствует о его грамматической некомпетентности в реальной жизни. Намеренное коверкание орфографии и грамматики в высказываниях может служить частью продуманного имиджа говорящего (пишущего).

Отсутствие четких грамматических и орфографических норм в электронном дискурсе не может поставить под сомнение языковой статус идиома киберпространства, поскольку известно, что алфавит и грамматика, хотя и являются структурными элементами языка, в некоторых случаях могут носить явно вырожденный характер, как, например, в библиографических ссылках, где нет привычных грамматических категорий [Налимов 1979: 46]. Кроме того, электронное общение характеризуется широким использованием аграмматичных по своей природе параграфических средств.

### 2.3.3. Параграфемика в Интернете

Как известно, при устном общении наряду с вербальными средствами используются и невербальные (мимика, жестикуляция, сопровождающие речь действия и молчание как способ коммуникации). Если же коммуникация осуществляется письменно, то используются различные метатекстовые знаки (курсив, шрифтовое, рамочное выделение и так далее). Письменная коммуникация, в отличие от устной, может включать схемы, картинки, разного рода фотографии. Все эти особенности могут быть отнесены к полю паралингвистических средств, которые определяют внешнюю организацию текста, как бы создают его «оптический образ» [Анисимова 1992: 71; Колшанский 1974: 56]. Известно, что графическая форма текста отражает его структуру и настраивает читателя на эмоциональность и экспрессивность сообщения [Арнольд 1981: 225], а поскольку восприятие компьютерных текстов происходит визуально, изучение их графического оформления представляется очень важным.



Новейшие информационные технологии делают возможным широкое использование паралингвистических средств (мультимедиа и графики), что определяет специфику текстов киберпространства и, в частности, глобальной сети Интернет. Помимо паралингвистических средств, характерных для многих других видов письменной организации текстов, существуют и те, которые специфичны только для общения в киберпространстве. Так, в последнее время отмечается стремительное движение от текстов буквенных к текстам, включающим видео- и аудиовставки. По мнению В.И. Карасика, в этом случае можно говорить о расширении текста, включающего зрительный образ в статическом и динамическом исполнении (картинка и фильм), звуковое сопровождение и собственно текст в виде титров [Карасик 1997: 142].

Поскольку в центре нашего исследования находятся средства конструирования личностной идентичности в киберпространстве, наибольший интерес для нас представляют параграфические средства, доступные большинству пользователей сетью Интернет. Такие параграфемы можно условно разделить на *рисуночные* и *шрифтовые*.

1) Рисуночные (картиночные) параграфемы – чаще всего стандартный набор мини картинок для вставки в сообщение, которыми располагает ICQ, почти все чаты и многие форумы и гостевые книги. Развившись исторически из идеи «смайликов», такие картинки обычно выполняют те же функции, что и эмотиконы. Однако, в отличие от последних, рисуночные параграфемы призваны отражать не какие-либо отдельные значения или действия, а целые ситуации. Так, например, картинка, изображающая дымящуюся сигарету может в равной степени указывать на то, что коммуникант временно отлучился покурить, выступать метафорическим показателем его волнения и так далее.

К рисуночным параграфемам относятся любые картинки (в том числе картинки пользователя – «юзер-пики» или «аватары»), включаемые пользователями в тексты жанров, допускающих подобные вставки (форумы, ЖЖ и прочие).

2) К категории шрифтовых параграфов мы относим все средства, связанные с форматированием текста и передачей особенностей разговорной речи на письме. Рассмотрим наиболее популярные из них.

Часто встречается намеренное чередование строчных и прописных букв в одном слове и замена буквы «а» на «@»:

*Рос\_ламетри: сНоРу где хамлю?*

*\*\*\* Л@почкА\_СПб спрашивает с кем можно поболтать???*

*Прикольный: ИсПолНитеЛь\_ЛюБыХ\_ЖеЛаНиЙ, дарова))*

Таким образом достигается некоторая показная небрежность и просто привлекается внимание других пользователей всемирной сети.

Использование различных шрифтов и изменение цвета, особенно в чатах и ICQ, придают коммуникантам индивидуальность, делают их узнаваемыми и помогают выразить настроение:

**NECESSITY: PANDA(Он), ай..млин больно же**

*Color\_of\_the\_NIGHT2003: Милая все на встрече наверное*

Во многих чатах возможность шрифтового и цветового творчества связана исключительно со знанием определенных мини-программ, так называемых «тэгов». В этом случае, вышеупомянутые параграфические средства являются формальным показателем компетентности общающегося в данном вопросе.

Слова, полностью написанные заглавными буквами, часто служат для выделения частей высказывания, которые в устной речи были бы произнесены громче:

*Южка: ПРИВЕТ*

*Панки: Южка, че кричать-та?*

Компьютерное общение в режиме он-лайн характеризуется обильным использованием пунктуации. Так, повторяющиеся точки используются для обозначения эмоциональных пауз в речи:

*\*\*\* Женщина\_цвета\_танго на выход....прощается...ибо дела...*

*оленевидность: Amused\_To\_Death, я так не играю.....мне уходит скоро...*

Мысленному исполнению написанного также способствуют реплики, имитирующие транскрипционную запись сказанного:

*Растап: Юльк, да ладна те врать-та...))*

Дублирование букв в словах и знаков препинания в конце предложения служит для привлечения внимания или для выражения повышенной эмоциональности сказанного:

*Взгляд: койка висит, зарррраза*

*Последний\_романтик\_30\_(095): Хорошо то как!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!*

*кисуля: есть тут парни с москвы????????*

*Ясное\_Солнышко: Mike(095), оуууууууууууу м.....да!*

Все рассмотренные параграфические средства Интернета, заменяя на письме паралингвистические составляющие устного взаимодействия, помогают максимально восполнить недостаток эмоционального контакта коммуникантов, обусловленный своеобразием письменного компьютерного общения. Параграфемы образуют «графическую норму» компьютерного текста, под которой понимается некий графический стандарт, модель, представляющая собой «пример исторически сложившейся практики зрительного воплощения того или иного типа текста» [Клюканов 1983: 7]. Постоянное предпочтение тех или иных параграфем обеспечивает узнавание коммуниканта в условиях одновременного общения большого числа людей (например, в чатах).

К графическим приемам, специфичным для электронного общения, также относятся «смайлики» и аббревиатуры.

#### 2.4. Акронимы и эмотиконы: знаковая природа и мотивированность

«Смайлы» или «смайлики», по-другому еще называемые эмотиконами (сокращенно от английского emotion icon), являются своеобразными символами, которые были придуманы для обозначения эмоций и состояний человека, участвующего в виртуальном общении (см. Приложение 1,2). Считается, что они также помогают правильно интерпретировать послание, передавая настроение его автора. Эмотиконы имеют некоторые общие правила по-

строения и обычно читаются при мысленном повороте изображения на 90 градусов по часовой стрелке. Большинство «смайликов» являются производными от двух основных – :-) и :-(. Таким образом, будучи знаково-семантическими инновациями в языке виртуального общения, эмотиконы имеют следующие мотивы возникновения: 1) психологический мотив – непосредственное выражение эмоций говорящего; 2) прагматический мотив – стремление к оригинальности и экспрессивности обозначения объектов и отношений; 3) стилистический мотив – игра с языком [Шаховский 1998: 61].

Что касается разнообразных сокращений и аббревиатур, прежде всего, следует устранить некоторую терминологическую неясность. Среди пользователей Интернетом абсолютно все буквенные сокращения принято называть акронимами. Так, например, один авторитетный англоязычный сайт, предоставляющий услуги по расшифровке встречающихся в сети сокращений, понимает под акронимами любую последовательность букв (начальных или, иногда, других букв слова) независимо от того, читается ли эта последовательность как одно слово: «... an acronym is any string of characters formed from the initial letters of several words (or occasionally from other letters), regardless of whether the result is pronounceable or not» [The educational encyclopedia: abbreviations, acronyms : 2005]. В то же время в лингвистике под акронимами принято понимать сложносокращенные слова, совпадающие по графическому и, в большинстве случаев, по фонетическому облику с обычным словом, как правило, коренным [Котова 2002]. В отличие от аббревиатур, акронимы произносятся как полные слова [Заботкина 1989: 37]. Тем не менее, так как в данной работе нас интересует весь класс подобного рода явлений в Интернете, мы будем использовать термин «акроним» в том значении, в котором его применяют пользователи, поскольку термин «сокращение» не отражает всего разнообразия данных креолизованных реалий киберпространства.

При анализе паралингвистических элементов чаще всего возникают следующие вопросы: насколько условны эти элементы, насколько они ориентированы на адресата и насколько они независимы от сопутствующих лин-

гвистических явлений [Николаева, Успенский 1966: 70]. Ответы на эти вопросы, предполагающие рассмотрение изучаемого явления в трех семиотических аспектах, помогут сформировать общее представление о месте акронимов и эмотиконов в языке киберпространства. Исследование любых знаковых инноваций в языковой инструментарию неразрывно связано с рассмотрением проблемы их мотивированности.

#### 2.4.1. Понятие «мотивированность знака»

Традиционно проблема мотивированности рассматривается в применении к языковым знакам, чаще всего – лексическим, и определяется как «языковое явление, представляющее собой отражение средствами языка одного или нескольких признаков предмета в его названии» [Кияк 1989: 98]. Более общее определение дает Н.Ф. Пелевина, считая, что, «если исходить из положения о двусторонней природе языкового знака, то мотивировка знака – это выбор одной из его сторон в соответствии с другой» [Пелевина 1976: 35].

Произвольность/мотивированность знака – комплексная проблема, находящаяся на стыке философии языка, психолингвистики, социолингвистики, этимологии. Существует мотивированность/произвольность внутрисистемная (структурная) и функциональная (в процессах речевой деятельности). По-разному рассматривается проблема мотивированности знака в синхронии и диахронии, а также на разных уровнях языковой системы. Наконец, эта проблема допускает рассмотрение в разных семиотических планах.

Рассматривая проблему мотивированности, нельзя не обратиться к исследованиям Ф. де Соссюра, поскольку теория языкового знака ведет свое начало именно от этого французского лингвиста. В своей работе «Курс общей лингвистики» Соссюр делает заявление о произвольности языкового знака: «означающее немотивировано, то есть произвольно по отношению к означаемому, с которым у него нет в действительности никакой естественной связи» [Соссюр 1977: 100-101]. Соссюр, однако, признает, что основной

принцип произвольности знака «не препятствует различать в каждом языке то, что в корне произвольно, то есть немотивировано, от того, что произвольно лишь относительно. Только часть знаков является абсолютно произвольной; у других же знаков обнаруживаются признаки, позволяющие отнести их к произвольным в различной степени: знак может быть относительно мотивированным». В работе также говорится и том, что в любом языке существуют две «крайние точки» - наименьшей мотивированности и наименьшей произвольности, между которыми можно найти все промежуточные случаи [Соссюр 1977: 163-165].

Соглашаясь с мнением Соссюра, А.П. Журавлев рассматривает знак в плане развития и говорит о действии двух противоположно направленных сил: тенденции к мотивированности и тенденции к произвольности. При этом «тенденция к мотивированности связывает знак с предметом, тенденция к произвольности – с мышлением. Первая имеет конкретно-сенсорное основание, вторая – абстрактно-рациональное» [Журавлев 1976: 20].

Одна из причин многочисленных дискуссий по вопросам мотивированности знака связана с неясностью, какие именно связи и отношения в знаковом комплексе характеризовать как произвольные. Если считать знак двусторонней сущностью, как это делал Соссюр и его последователи, то можно рассматривать произвольность отношения: а) звуковой стороны к обозначаемому предмету реального мира (денотат); б) звукового означающего к концепту; в) звукового означающего к денотату и понятию вместе, объединенным под термином «означаемое»; г) наконец, звукового комплекса (звуковой знак плюс концепт) к денотату [Зильберт 1978: 55].

Отдельные трудности связаны с рассмотрением мотивированности символов, которые, с одной стороны, являются разновидностью знаков, а с другой стороны, слишком специфичны и заслуживают отдельного внимания.

Философский словарь определяет символ как «знак, образ, воплощающий какую-либо идею; видимое, реже слышимое образование, которому определенная группа людей придает особый смысл, не связанный с сущностью

этого образования» [Философский энциклопедический словарь 1998: 413]. Эта же идея выражена у Якобсона: «Действие символа основано... на установленной по соглашению, усвоенной смежности означающего и означаемого» [Якобсон 1983: 103]. При другом подходе, под символом подразумевается знак, материальный носитель информации о предмете, процессе, свойстве, вследствие «отражения определенных свойств, осознаваемых в качестве представителей всего явления, его сущности» [Гринев 1997: 67]. Еще Соссюр полагал, что символ всегда не до конца произволен, «он [символ] не вполне пуст, в нем есть рудимент естественной связи между означающим и означаемым». В качестве примера Соссюр приводит весы как символ справедливости, который нельзя заменить чем попало, например, колесницей [Соссюр 1977: 101].

Понятие «мотивированность» может иметь различный характер в зависимости от того, какая сторона анализируемого явления берется за приоритетную. С. Ульман предлагает различать три вида мотивированности: 1) фонетическую или естественную (например, для междометий), 2) морфологическую, 3) семантическую [Ульман 1970: 255]. В.Г. Гак называет фонетическую мотивированность абсолютной (или внешней), остальные виды – относительной (или внутренней) мотивированностью. Последняя подразделяется на морфологическую (значение слова вытекает из значения составляющих его частей) и семантическую, при которой значение образуется вследствие переосмысления [Гак 1977: 34].

Занимаясь рассмотрением нестандартных слов, В. А. Хомяков выделяет формальную мотивированность и немотивированность. Под формально мотивированными элементами автор понимает «слова с фонетической или морфологической мотивированностью» и говорит о том, что подобные слова часто возникают в результате своеобразного словотворчества. В свою очередь, под формально немотивированными понимаются слова литературного стандарта, в которых, однако, наблюдаются метафорические, метонимические и другие семантические сдвиги [Хомяков 1992: 96-99].

Т.Р. Кияк различает два плана мотивированности: языковой и речевой. В плане речи мы имеем дело с референтной мотивированностью или «мотивированностью по смыслу», которая имеет контекстуальный и нередко даже субъективный характер. На языковом уровне Кияк различает: 1) знаковую (семиотическую) мотивированность, или мотивированность в «слабом смысле». Она свойственна всем лексическим единицам, реально функционирующим в языке в виде языковых знаков. Здесь слово мотивируется самим фактом существования и употребления; 2) формальную (словообразовательную) мотивированность, которая включает мотивированность по внешней форме (фонетическую, абсолютную или эксплицитную) и мотивированность по внутренней форме (морфологическую и семантическую); 3) содержательную (интенциональную) мотивированность как связующий элемент между внутренней формой и семантическим содержанием языкового знака [Кияк 1989: 101-103].

В процессе функционирования знака мотивировка имеет тенденцию забываться, утрачиваться, в результате чего мотивированный знак переходит в разряд немотивированных. Опираясь на обоснования деэтимологизации языкового знака на примере слова, предложенные Ю.С. Масловым [Маслов 1998: 114-115], мы выделяем следующие причины утраты мотивировки знаком:

1. выход из употребления исходного знака, от которого был образован данный знак;
2. в процессе исторического развития изменяются характеристики явления, которые были изначально отражены в данном знаке;
3. непривычность компонентов, составляющих данный знак мешает их объединению в сознании говорящего;
4. избыточность мотивировки у привычных знаков;
5. мотивировка утрачивается при заимствовании знака из другой (лингво)культуры.



Принимая во внимание многочисленные подходы к рассматриваемому явлению, в нашем исследовании мы будем понимать под *мотивированностью* любую *видимую обусловленность* знака, как в формально-содержательном плане, так и в прагматическом аспекте.

Вслед за Л.И. Баранниковой мы различаем структурную и функциональную мотивированность языкового знака. Структурная мотивированность проявляется в том, что любая знаковая единица, существует только в системе, элементом которой является. Функциональная мотивированность проявляется в социальном использовании знака, в его конечной обусловленности потребностями общества, в том, что появление нового знака диктуется, в конечном счете, развитием человеческого общества, коллектива носителей языка [Баранникова 1976]. В связи с этим нам представляется целесообразным провести анализ мотивированности акронимов и эмотиконов в трех семиотических аспектах – семантическом, синтаксическом и прагматическом.

#### 2.4.2. Семантический аспект

Рассмотрение семантической мотивированности знака невозможно в отрыве от его морфологической структуры. Это объясняется двумя факторами. Во-первых, «чтобы понять знак, нужно его интерпретировать» [Кубрякова 1993: 23], для чего необходимо определить, что составляет этот знак. Во-вторых, мотивированность всегда «тем полнее, чем легче синтагматический анализ и очевиднее смысл единиц низшего уровня» [Соссюр 1977: 164].

Как уже говорилось, базовыми эмотиконами, положившими начало появлению множества производных, являются :- ) и :- (, обозначающие положительное и отрицательное настроение соответственно. В связи с тем, что изначально смайлики – это схематично изображенные рожицы, большинству эмотиконов на сегодняшний день присущи такие структурные элементы, как «глаза», «нос» и «рот». Элемент, обозначающий глаза, первоначально распо-

знавался благодаря своей примарной позиции в эмотиконе; далее, во второй и третьей позициях находились, соответственно, «нос» и «рот». Однако, благодаря тому, что популярность идеи смайлов привела к созданию сложных эмотиконов, в состав которых стали входить прочие атрибуты (прическа, борода, усы, трубка, слезы и так далее), зрительное сходство между знаком и обозначаемым объектом или понятием приобрело первостепенное значение. Кроме этого, появилось огромное количество смайликов-изображений предметов, животных, действий и даже отдельных известных личностей:

C/:-)= Чарли Чаплин  
:~.) Синди Кроуфорд  
\*\*\*\* зима  
>8D злобный или сумасшедший смех  
:]~~~~~\* лягушка, ловящая муху

Большее количество смайлов представлено в Приложении 1.

Помимо традиционных «американских», существуют и так называемые «японские» смайлы, для чтения которых не требуется мысленно поворачивать изображение на 90 градусов по часовой стрелке. По-другому такие эмотиконы еще называются «горизонтальными» или «non turn smiley», в отличие от «американских вертикальных». Такие смайлы действительно появились в Японии и, широко распространившись в японском киберпространстве, были заимствованы другими странами-пользователями Интернетом. Очевидно, что «горизонтальные» смайлики подчиняются иному закону построения, смысл которого заключается в передаче понятий через зрительное сходство, для достижения которого используются всевозможные средства японской клавиатуры. Например:

(\*^\_^\*) покраснеть от смущения  
(-\_-)zzz спать; пожелание спокойной ночи  
(^\_^)V показывать знак победы  
(^人^ ) просить об одолжении (сложив руки перед собой)  
(@\_@) пьяный  
\_φ\_(. . )めもめも написание заметки

( ^ \_ ^ ) / □ ☆ □ \ ( ^ \_ ^ )    *двое людей, «чокающихся» за здоровье*  
 ( ^ з ^ ) - ☆ Chu!    *громко чмокнуть*  
 ζ °                      *Джон Леннон*

Конечно, смайлы, в которых используются специфические иероглифические элементы, не получили большого распространения в мировом киберпространстве из-за неудобства набора, но сама идея «горизонтальных» эмодзи нашла широкий отклик в среде пользователей (Приложение 2):

><    *рыба*  
 }i({    *бабочка*  
 ||+||    *флаг Канады.*

Вышеприведенные примеры дают основания утверждать, что на сегодняшний день отсутствуют определенные значения, закрепленные за отдельными составляющими эмодзи, поэтому мы считаем более целесообразным рассматривать смайлы в их целостности.

Акронимы появились из-за стремления к экономии места и времени в процессе виртуального общения. Пользовательское понятие «акронимы» включает в себя целый спектр лингвистических и паралингвистических явлений (Приложение 3). Сюда относятся:

1) обычные буквенные сокращения каких-либо словосочетаний и даже предложений:

*DIAFYO – Did I Ask For Your Opinion?*  
*GMAB – Give Me A Break*  
*GMTA – Great Minds Think Alike*  
*IMHO – IN My Humble Opinion*  
*BBLBNTSB – Be Back Later But Not Too Soon Because...*  
*AWGTHTGTTA – Are We Going To Have To Go Through This Again?*

2) акронимы в узком (лингвистическом) смысле:

*BAG – Busting A Gut*  
*BOT – Back On Topic*  
*BUDWEISER – Because You Deserve What Every Individual Should Ever Receive*  
*FISH – First In, Still Here*

*JAM – Just A Minute*

*SPAM - Stupid Persons' Advertisement;*

3) креолизованные тексты (аббревиатуры, для которых характерны не только буквенные изображения, но и зрительный ряд, в большинстве случаев, цифры):

*2L8 – Too Late*

*W8 – Wait*

*HAG1 – Have A Good One*

*OIC – Oh, I See*

*URYY4M – You Are Too Wise For Me*

*CUL – See You Later.*

При рассмотрении морфологической мотивированности акронимов можно руководствоваться двумя подходами. Согласно первому подходу, акронимы, как и другие аббревиатурные образования, сокращенные варианты слов или выражений, мотивируются их полной формой [Кубрякова 1981: 13]; такая мотивированность может быть названа вторичной. Т. Р. Кияк, однако, считает, что аббревиатуры типа профорг, вуз, загс, почти утратившие признаки сокращения и ставшие полноценными словами, могут составить исключение [Кияк 1989: 102]. Это второй подход, смысл которого заключается в рассмотрении сокращений как целостных единиц.

С нашей точки зрения, оба подхода правомерны при рассмотрении акронимов, используемых в киберпространстве. С одной стороны, очевидно, что такие сокращения как *LHU – Lord Help Us* или *THTH – Too Hot To Handle* мотивированы своей полной формой и только при условии, что участники общения знают, что именно имелось в виду.

С другой стороны, такие акронимы как *ИМНО – In My Humble Opinion*, *FAQ – Frequently Asked Questions* давно вошли в широкое употребление на правах самостоятельных слов и могут считаться первично мотивированными.

Отсутствие точных значений, закрепленных за отдельными структурными элементами эмотиконов и конвенциональная природа большинства акронимов неизбежно приводят к субъективному толкованию этих параграфи-

ческих средств, которое определяет целый ряд особенностей их функционирования.

1. Как акронимы, так и эмодзи характеризуются *многозначностью*, которая может весьма затруднить понимание при общении. Так, один и тот же смайлик может обозначать совершенно несовместимые понятия:

:-@ 1) *вопящий*, 2) *кричащий*, 3) *грязно ругаться*, 4) *шок*, 5) *мужчина*, 6) *французский поцелуй*;

:-# 1) *надевший вставную челюсть*, 2) *улыбка человека в наручниках*, 3) *поговорим о чем-нибудь другом!*

Даже основной смайл :-) может иметь разнообразные оттенки значения, которые не всегда легко определить из контекста:

:-) 1) *улыбка* 2) *стандартный смайл* 3) *счастье* 4) *сарказм* 5) *шутка*.

Явление многозначности ставит под сомнение признаваемый многими тезис об интернациональном характере эмодзи, которые «незначительно отличаются в трактовке отдельных знаков в разных языках» [Пичкур 1999: 87]. Как видно из приведенных выше примеров, трактовка одних и тех же смайликов может разниться даже в пределах одного языка.

Значения одного и того же акронима также часто отличаются разнообразием:

BS - 1) *Big Smile* 2) (!) *Bull Shit*

SH – 1) *So Hot* 2) *Same Here*

LOL – 1) *Laughing Out Loud* 2) *Lots Of Love* 3) *Lots Of Luck*

Истоки такой многозначности лежат в неизбежной омографии при сокращении некоторых выражений или предложений.

2. Акронимы и эмодзи вступают в *синонимические отношения*. Так, понятие «клоун» обозначается целым рядом смайликов, среди которых: 8\*), <@:0), </:0), \*<:0), @<):0), \*:0), \*~</:0)@@ (запятыя в роли разделительных знаков).

Синонимия акронимов обусловлена, главным образом, синонимией (полной или частичной) исходных словосочетаний или предложений:

- *AFAICS (As Far AS I Can See) и AISI (As I See It)*;

- *CU (See You), CUL (See You Later), CUL8R (See You Later), CYA (See Ya), CYAL8R (See Ya Later).*

3. Встречаются эмодзи и, реже, акронимы, чья связь с обозначаемым предметом или явлением строится на *метафорических* или *метонимических* сдвигах значения. Например, значение смайлика **8:-)** - «*маленькая девочка*» основано на ассоциативном переносе: «если кто-то носит бантик – это маленькая девочка». Смайл **::-)** - «*тот, кто носит очки*» образован при помощи метафоры: «человек в очках имеет четыре глаза».

Среди акронимов подобное явление встречается не часто. Обычно это бывает, когда акроним читается, как слово, находящееся в метафорических или метонимических отношениях с обозначаемым понятием. В большинстве случаев такие сокращения создаются намеренно для достижения юмористического эффекта:

*SPAM – Stupid Persons' Advertisement*

*KISS – Keep It Simple Sister.*

4. Порой трудности в понимании акронимов и эмодзи обусловлены их *оказиональным* характером. Из-за желания повеселиться или, возможно, запутать собеседника в киберпространстве перестали быть редкостью такие нагромождения, как:

**“Ж:=)\_** *У меня от смеха волосы дыбом!*

**С=>};\*{))** *Пьяный, дьявольский шеф-повар с париком на ветру, усами, и двойным подбородком*

**=\8-( \* ]** (?) *С. Ильин со съехавшей крышей ловит челюсть с пола*

*ROFLOLTSDMC - Rolling On Floor Laughing Out Loud Tears Streaming Down My Cheeks*

*ITYWTMWYLMA – If I Tell You What This Means Will You Leave Me Alone*

Подобные окказионализмы иллюстрируют явление инкорпорации, при которой компоненты словосочетания или предложения «соединяются в единое целое без формальных показателей у каждого из них» [Скорик 1998: 193].

Выше мы рассмотрели семантические характеристики как акронимов, так и эмодзи. Однако существует еще одна особенность, присущая

смайлам. Из-за того, что основными структурными элементами наборных эмодзи являются знаки препинания, возникает трудность различения отдельных смайлов, в то время как замена одного мельчайшего элемента другим влечет разительную перемену в значении:

*:o - Не орите! и :-o - Ой-ой!*

*:i - полуулыбка и :-! - все ОК!*

В связи с тем, что общение в киберпространстве больше не является прерогативой избранных, а также благодаря новым техническим возможностям все большую популярность завоевывают уже готовые рисуночные (часто анимированные) эмодзи, вытесняя малопонятные наборные смайлики из сетевого обихода. Отличаясь в плане графического исполнения от своих предшественников и не требуя специальных конвенциональных знаний для интерпретации, рисуночные эмодзи, тем не менее, характеризуются теми же смысловыми особенностями, что и наборные смайлы: могут быть синонимичны, антонимичны и так далее.

Рассмотренные особенности эмодзи и акронимов позволяют сделать некоторые выводы относительно их семантической мотивированности. Изначально эмодзи задумывались как стилизованные изображения эмоционального состояния коммуникантов. Если бы перед нами стояла задача определить знаковый статус смайлов на момент их появления, мы бы, скорее всего, отнесли их к пиктограммам, а именно – иконическим знакам, так как, согласно Р. Якобсону, «действие иконического знака основано на фактическом подобии означающего и означаемого» [Якобсон 1983: 103]. Иконический характер эмодзи отражен в самом названии – «emotion icon».

С самого начала смайлы выступали в двух основных функциях: вторичных знаков и идеограмм. В качестве вторичных знаков, или «знаков-субститутов» [Кодухов 1987: 24], они замещали не объект, а первичный знак, например, :-) – вместо первичного знака улыбки как показателя хорошего настроения и положительных эмоций. В качестве идеограмм, эмодзи представляли «идею или объект, не выражая его названия» [Фоли 1997: 420]. В

обоих случаях очевидна семантическая мотивированность, в основе которой лежит ассоциация по сходству [Зильберт 1978: 58; Кобозева 2000: 41]. Если бы мы имели дело с языковыми знаками, подобного рода мотивированностью обладали бы только звукоподражательные элементы.

Тем не менее, в процессе функционирования и широкого распространения эмотиконы стали приобретать все более символический характер. Символ же является «не просто знаком тех или иных предметов, но он заключает в себе обобщенный принцип дальнейшего развертывания свернутого в нем смыслового содержания» [Коршунов, Мантатов 1974: 38]. Иными словами, из обычных идеограмм смайлы стали превращаться в идеограммы смежных понятий, что существенно усложняет ответ на вопрос о мотивированности.

Выше были подробно рассмотрены причины, по которым мотивированность символов остается предметом дискуссий. В конечном счете, все сводится к тому, считать ли конвенциональность (как неотъемлемое свойство символа) особого рода мотивированностью, или же, наоборот, противопоставлять эти два понятия. В этом вопросе мы соглашаемся с мнением К. Н. Мочалиной, которая считает мотивированность и условность двумя крайностями произвольности [Мочалина 1999: 208-209]. Из этого следует, что усиление конвенциональности неизбежно влечет к ослабеванию мотивированности; при этом категория произвольности/непроизвольности остается неизменной.

В.А. Маслова считает важным свойством символа «его мотивированность, которая устанавливается между конкретным и абстрактным элементами символического содержания... Мотивированность символа объясняется аналогией, которая составляет основу такой семантической транспозиции (переноса), как метафора, метонимия и синекдоха» [Маслова 2001: 100]. Однако с нашей точки зрения, подобный подход упускает из вида такой аспект, как мотивированность самого знака-означающего по отношению к конкретному элементу символического содержания. В качестве примера рассмотрим эмотикон >:-> с символическим, на наш взгляд, значением «злодей». Нельзя



не признать, что выбор сердитого лица в качестве конкретного элемента данного символического содержания вполне оправдан, то есть мотивирован. Вопрос в том, насколько мотивировано само изображение сердитого лица, то есть можно ли по этому изображению проследить логику отражения в нем заложенного смысла. Непосвященный человек может решить на основе внешнего сходства, что эмоджон >:-> имеет значение «человек, у которого волосы дыбом» или «мужчина, которому изменяет жена».

Среди основных причин утраты эмоджонами семантической мотивированности мы видим следующие тенденции:

1. избыточность мотивировки, когда тот или иной смайл становится привычным;
2. деэтимологизация при заимствовании из других языков, прежде всего, английского, где эмоджины впервые появились;
3. утрата мотивировки в связи с историческим изменением внешнего облика знака, в частности, заменой популярных наборных эмоджинов на их рисуночные аналоги.

Нужно отметить, что во втором случае «непонятные» смайлы избегаются, а если кем-то и применяются, создают риск коммуникативной неудачи из-за их неверного понимания. Например:

*:~7 Тонкий намек. Я сказал что-то из категории «английский юмор».*

*Улыбка невидимки (отсутствие смайлика – тоже смайлик).*

*(:-) Нуждающийся в стрижке.*

Утрата эмоджонами мотивированности иногда приводит к примысливанию мотивировки. Ярким примером может служить злоупотребление правыми скобочками из стремления выразить огромную радость: ))))))))))))))))))) , хотя изначально каждая новая скобка подразумевала лишний подбородок.

В отличие от эмоджинов, семантическая мотивированность акронимов (за исключением окказионализмов) довольно сильна. Прежде всего, это обусловлено тем, что акронимы большей своей частью остаются прерогативой англоязычного Интернета и других компьютерных сетей. В других странах и,

в частности, в России нет острой необходимости использовать сокращения предложений на английском языке, и употребление акронимов связано скорее с экстралингвистическими факторами престижа, кодифицированности и так далее. Мы можем только предположить, что для англоязычных коммуникантов акронимы являются семантически мотивированными, поскольку их морфологическая мотивировка пока довольно легко прослеживается.

#### 2.4.3. Синтаксический аспект

Определяя графическую норму письменного компьютерного общения, акронимы и эмотиконы выступают в качестве невербальных составляющих креолизованного текста. К креолизованным текстам относятся такие тексты, в структурировании которых задействованы коды различных знаковых систем, прежде всего средства вербального и иконического (изобразительного) кодов [Сорокин, Тарасов 1990: 180]. По-другому такие тексты еще называются гетерогенными [Почепцов 1987:110] или видеовербальными [Пойманова 1997]. «Креолизованный текст с позиции лингвистики текста можно определить как особый лингвовизуальный феномен, текст, в котором вербальный и изобразительный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Анисимова 1992: 73]. Именно поэтому, говоря о мотивированности акронимов и эмотиконов в плане синтактики, необходимо рассмотреть возможные виды отношений между компонентами креолизованного текста.

Основные виды внутритекстовых структурно-семантических отношений между вербальным и невербальным компонентами креолизованного текста рассмотрены Е.Е. Анисимовой на примере плаката и транспаранта [Анисимова 1992: 74 – 78].

Автор выделяет два основных вида отношений между обоими компонентами: автосемантические и синсемантические. Для автосемантических

отношений характерна автономность, относительная независимость вербального компонента, обладающего смысловой самостоятельностью, от изобразительного. Для синсемантических отношений характерна зависимость вербального компонента от изобразительного: вербальный компонент не обладает смысловой самостоятельностью или же не может быть правильно истолкован вне соотнесения с изобразительным контекстом.

О.В. Пойманова предлагает более общий подход к рассмотрению отношений внутри видеовербальных текстов. На основе функции изобразительного компонента автор различает следующие виды видеовербальных текстов:

1. репетиционные: изображение в основном повторяет вербальный текст;
2. аудитивные: изображение привносит значительную дополнительную информацию;
3. выделительные: изображение подчеркивает какой-то аспект вербальной информации;
4. оппозитивные: содержание, переданное картинкой, вступает в противоречие с вербальной информацией;
5. интегративные: изображение встроено в вербальный текст или вербальный текст в изображение для совместной передачи информации;
6. изобразительноцентрические: ведущая роль изображения, вербальная часть лишь поясняет и конкретизирует ее [Пойманова 1997: 9].

Специфика коммуникативных задач компьютерного общения влияет на своеобразие отношений между эмотиконами и акронимами и вербальным компонентом креолизованного текста киберпространства. Именно поэтому, несмотря на сходство подходов к решению данной проблемы относительно всех средств массовой коммуникации, рассмотрение эмотиконов и акронимов в плане синтактики заслуживает отдельного внимания.

Сложность изучения эмотиконов и акронимов в плане синтактики обусловлена тем, что последние могут быть рассмотрены и в качестве вербаль-

ных, и в качестве невербальных элементов. Вербальный характер акронимов объясняется их первоначальным предназначением – замена более длинных высказываний с целью экономии места и времени. Однако, в процессе функционирования подобные сокращения приобретают все большее сходство с невербальными компонентами и в ряде случаев могут представлять собой яркие примеры параграфических средств. Далее в нашей работе мы будем рассматривать именно такие случаи употребления акронимов.

Взяв за основу изложенные выше подходы к рассмотрению отношений между компонентами креолизованного текста и интерпретируя фактический материал, мы предлагаем выделить следующие виды структурно-семантических отношений между эмотиконами и акронимами, с одной стороны, и вербальными составляющими компьютерного дискурса – с другой.

*Автосемантические отношения.*

1. Прямая денотативная соотнесенность между вербальным и иконическим знаками; оба знака обозначают один и тот же предмет или предметную ситуацию.

ManiaK: *ДжонниПи, Ну ты свинтус!!! :©)* (эмотикон, со значением «поросянок, свинья»);

RAT: *широко улыбается ))))))))*

ПРуЗРаК: *Томилла, а может я леввиша... (-:*

Данный вид отношений характерен для функционирования эмотиконов, в то время как употребление акронимов в этой функции противоречило бы их непосредственному назначению и неизбежно привело бы к тавтологии. Исключение составляют особые случаи, когда прямая денотативная соотнесенность связывает акроним с синонимичным эмотиконом:

Vampire: *Ostrea, :-D is laughing out loud, LOL u see*

*-Ever Try Church Instead?*

*- That's where it all started, in a church with a man in a position of power. NO not God, but a man who represented God & thought he was God... LOL :-D.*

2. Отношения опосредованной денотативной соотнесенности; оба знака обозначают разные, но ассоциативно соотнесенные между собой явления или предметные ситуации. Невербальный компонент расширяет или углубляет значение вербального. Этот вид отношений также в большей степени характерен для эмотиконов:

Любанька: *MURKA, я тронута, двинута, опрокинута :-)* ( «тронута до слез» - значение расширяется за счет эмотикона)

Кекс: *:-/ мдя... глухо...* (равнодушная улыбка показывает, что больше нечего делать в этом чате)

СНОБ: */ aaaaaanчхи %) o!! :)) ыыыыыыыыыыыыыыыы :))* (чихнул так, что глаза перекосило, но все равно рад)

- *Give me a shout if you would like to chat :D* (сам оценил свою шутку)

WIGAM: *ТУТ есть девченка из москвы для дольнейших отношений и встреч!!!!👉* (заранее приветствует того, кого ищет).

*Синсемантические отношения.*

1. Эмотиконы и акронимы употребляются в значении, противоположном тому, которое передается вербальным компонентом. Изобразительный элемент, пользующийся с большей степенью, чем слово, «презумпцией достоверности», обычно служит для разоблачения вербально выраженного суждения. Такого рода отношения свойственны акронимам так же, как и эмотиконам. С помощью этого приема достигается юмористический или сатирический эффект:

- *Live life to the fullest for tomorrow never come & yesterday is gone :)-~* (ЭМОТИКОН - «показывающий язык»)

Alekta: *КОФЕЙНЫЙ, да-да я же нежное создание 🍵* (подобный эмотикон не ассоциируется с нежностью)

Alekta: 🗨️ *зевота пробрала*

Дуль: *сАНЕк: рад за тебя :((((((((((((((((*

2. Структурная связь: эмодзи и акронимы включены непосредственно в вербальный компонент, где они замещают вербальный знак и выступают в качестве синтаксического эквивалента члена предложения. Например:

OOPS: Dan, I [ ] u (данный эмодзи означает «объятья», u = you)

- talk to me wat is your a/s/l (age/sex/location)

- i love big women i am a bw admirer (bw = big women)

*Пользователь: penfond, Пасиба .....*

*penfond : Пользователь, :o))))*

СВОБОДНЫЙ: Вероника, И ВАМ:))

Absolut(SPB): Milano(со\_ZNAK), сам о такое ... я уже давно 🍷 не вливал

*Im new and need some 1 2 talk 2 im 13/f/kent. love charlotte gallagher*

3. Дейктическая связь: вербальный компонент содержит «отсылку» к изобразительному компоненту. Такой вид структурно-семантических отношений встречается нечасто и исключительно при использовании эмодзи:

MIC: Lila, @--->--->-- Это тебе :)

4. Вербальный компонент обладает определенным значением, но при этом не имеет смысловой самостоятельности вне соотнесения с изобразительным компонентом. При такого рода связи акронимы и эмодзи доминируют над вербальным компонентом, и надпись расшифровывает их смысл:

Vampire: Ostrea, :-D is laughing out loud, LOL u see

*:-Q – просто дурная привычка.....:((((((( (первый эмодзи со значением «курящий»)*

Кроме перечисленных выше видов отношений, которые характерны и для других типов изобразительных компонентов креолизованных текстов, эмодзи и акронимам присущи еще два специфических вида:

5. В зависимости от контекста и конкретных целей высказывания, акронимы и эмодзи могут обладать смысловой самостоятельностью и употребляться отдельно от вербальных компонентов:

...Орхидея...: Рома, ))

\*\*\* Zim\_Zum <marquee> 🍷

%))))))))))

-AWGTHGTGA?

6. Наконец, как эмодзи, так и акронимы могут употребляться без каких-либо очевидных синтактико-семантических связей с вербальным текстом, являясь аналогами сорных слов, слов-паразитов в речи. Таких примеров можно привести очень много. Вот лишь некоторые из них:

- *Ok this could be fun..lol.... What I look for in a man is...honesty, some sort of passion (ok that leaves azzman out , but his brothers in lol), you definitely need a sense of humor.....and a bit of a tude is always good too.....Ohhhhhhhhh and ya need to look nice in jeans....tight ones.....:-) muahhhhhhhhhhhhhhhhh Jodi*

Milano(со ZNAK): ...Орхидея..., как оно?)) настроение молодое))

*Well sis if it is boobs.....I am in very BIG trouble.....lmao.....and only you would ask this .....lol*

СНОБ: Вейла :)))... тока сейчас заметил:)... чмокни ее крепко!!.. скажи, что романтики – фарева:)... а лавушечка на все времена!:(:)))

Рассмотрев виды синтактико-семантических отношений, в которые вступают акронимы и эмодзи с вербальными компонентами компьютерного дискурса, можно сделать некоторые выводы о мотивированности интересующих нас элементов в плане синтактики.

С одной стороны, нельзя не согласиться с Б.А. Зильбертом, который считал, что любой знак не вполне произволен, если функционирует в рамках какой-либо системы [Зильберт 1978: 60-61]. Исходя из этого положения и признавая, что любой знак, в конечном счете, является компонентом какой-либо системы, можно прийти к заключению о том, что любой знак мотивирован самим фактом своего существования. Не отрицая возможности такого

подхода, при рассмотрении акронимов и эмотиконов нас больше интересует синтаксическая мотивированность в строгом смысле, то есть обусловленность выбора говорящим того или иного акронима или эмотикона в речевом плане.

Ознакомление с материалами англоязычных и русскоязычных чатов и компьютерных конференций позволило проследить следующую закономерность: при общении носителей русского языка предпочтение отдается эмотиконам как невербальным составляющим общения, а в англоязычном Интернете – акронимам. Этому есть свое объяснение. Как акронимы, так и эмотиконы проникли в другие языки мира из английского языка и не успели еще полностью ассимилировать, поэтому рядовые русскоязычные пользователи в большинстве случаев сводят употребление эмотиконов к ограниченному количеству наиболее распространенных смайлов (часто рисуночных), а акронимов вообще стараются избегать. Степень ассимиляции акронимов (варваризмов и по внешней и по внутренней форме) слишком мала, поэтому к ним прибегают, в основном, разбирающиеся в компьютерах люди при общении посредством локальных компьютерных сетей.

Что же касается англоязычного Интернета, популярность наборных эмотиконов там заметно ослабевает. Во-первых, смайлы уже успели надоесть, поскольку область их применения давно вышла за рамки компьютерного общения. Во-вторых, многие наборные эмотиконы нуждаются в пояснениях каждый раз, когда к ним прибегают. Наконец, в-третьих, некоторые считают употребление смайлов оскорбительным по отношению к адресату: *attaching a smiley to something that's funny is like elbowing someone after telling them a joke and saying, "Get it?"* [Andrews 1994]. Акронимы считаются более информативными, поэтому используются довольно охотно.

Можно сказать, что эмотиконы и акронимы, в целом, избыточны. Подсчитано, что наша разговорная речь обладает избыточностью порядка 72%, то есть почти три четверти своего разговора мы тратим либо на сообщение того, что давно уже известно нашему собеседнику, либо на различные эмо-



циональные междометия, слова-паразиты и прочие лексические и фразеологические единицы, без которых можно было бы понять суть нового сообщения [Познин 2001: 58-59]. Избыточность делает язык более выразительным, гибким и не утомительным для восприятия. Вполне вероятно, что, задуманные изначально для передачи существенной информации в краткой форме, подавляющее большинство эмотиконов и акронимов сегодня приобрели черты избыточных элементов письменного общения.

Все это дает основания полагать, что в плане синтактики эмотиконы и акронимы демотивируются и не несут той смысловой нагрузки, какую имели первоначально.

#### 2.4.4. Прагматический аспект

Рассмотрение знаков в плане синтактики всегда тесно связано с прагматическим аспектом проблемы. Объясняется это тем, что «значение знака есть знак, взятый в свете своего контекста» [Лосев 1976: 12], а под контекстом понимается совокупность как лингвистических, так и экстралингвистических факторов, определяющих условия общения [Торсуева 1998: 238-239].

Не имея четких контуров, прагматика включает комплекс вопросов, связанных с говорящим субъектом, адресатом, их взаимодействием в коммуникации, ситуацией общения [Арутюнова 1998b: 390]. Иными словами, прагматика исследует функционирование знаков в речи. В отличие от знаков, рассматриваемых в плане языка и характеризующихся имплицитностью и абстрактностью, в речи знак «обнаруживает признаки эксплицитности, непосредственной воспринимаемости его органами чувств, способностью воздействовать на слушающего» [Безруков 1975: 10].

«Прагматическая мотивированность включается как один из факторов, участвующих в процессе выбора говорящим того или иного языкового знака при порождении речи» [Зильберт 1978: 70]. По-другому такую мотивированность еще называют функциональной, причем, если системная мотивирован-

ность имела антоним «произвольность», функциональная мотивированность, противопоставляясь «необусловленности» выбора, сама приобретает значение «обусловленность».

Чтобы понять, насколько мотивирован выбор того или иного знака в функциональном аспекте, необходимо рассмотреть сами функции этого знака, которые, в свою очередь, подчиняются целям говорящего на данном этапе общения.

Хаймс приписывает каждому речевому акту определенный набор факторов/компонентов: 1) отправитель (адресующий, адресант); 2) получатель (адресат); 3) форма сообщения; 4) канал связи; 5) код; 6) тема; 7) обстановка (сцена, ситуация). Этим факторам, по мнению автора, соответствуют семь «широких» типов функций: 1) экспрессивная (эмотивная); 2) директивная (коннотативная, прагматическая, риторическая, побудительная); 3) поэтическая; 4) контактная; 5) метаязыковая; 6) референционная; 7) контекстуальная или ситуационная [Хаймс 1985: 58].

Принимая во внимание вышеизложенные подходы к выделению функций высказывания и учитывая специфику компьютерного общения, мы предлагаем рассматривать следующие функции акронимов и эмотиконов.

1. *Информативная функция*, заключающаяся в способности эмотиконов и акронимов передавать определенную информацию, участвовать в формировании содержания текста. Эта функция является неотъемлемым свойством любого знака, так как «только то, что нечто сообщает, может получить статус знака. Знак – информирующая единица» [Аветян 1976: 12]:

- *Im new and need some 1 2 talk 2 im 13/f/kent. love charlotte gallagher*

- *Ce sont des chans publics, bien fréquentés, très populaires ! ;-)*

**СВОБОДНЫЙ: Вероника, И ВАМ ПРИВЕТ:))**

- *Wants 2 marry*

Акронимы и эмотиконы выступают как внешние символы, способствующие получению читателем некоторой дополнительной информации и соответствующего понимания высказывания.

Данная функция включает в себя *идентифицирующую функцию* эмотиконов, обозначающих отдельные предметы или людей:

</:o) клоун  
</'-) китаец  
C=:-) повар  
<3 сердце как символ любви  
\\_7 чашка  
//o-o\ Джон Леннон.

2. *Техническая функция.* Иногда эмотиконы и акронимы участвуют в организации визуального восприятия текста, например, поставленные в начале и в конце реплики, они помогают зрительно определить рамки высказывания. Эта функция бывает особенно актуальной в чатах, когда непосредственно реплике предшествует информация о том, кто и к кому обращается:

Sexy-Crazy-Cool: BANZAYxxx, ))) Поверила, как же! )))))))))))

...Орхидея...: Raimondas\_095, ))хотя японское искусство и литературу люблю)

Акронимы, чаще всего помещаемые в конце реплики, выполняют функцию маркеров конца высказывания:

- *Let me see.....a personality...and a little bit of compassion...you could be sensitive...like your brother.....ummmmm.....ohhhhh and we could cut the ego in 1/2.....and Let's be honest.....men cannot live without women....because we have what you WANT and what you NEED.....lmaooooooooo :)*

- *aww that makes 2 of us..I love me too:) lol*

3. *Метакоммуникативная функция.* «Метакоммуникация в общем смысле составляет часть коммуникации, которая тематически и функционально направлена на саму себя» [Макаров 1998: 141]. В этой функции чаще всего выступают акронимы как единицы дейксиса дискурса:

- *lmao you girl hehe*

- *AFAIK he's a cute guy.....)*

- *АТМ NOOOOOOOO!!!!!!!!!!!!*

В отдельных случаях как акронимы, так и эмотиконы могут выступать в роли регуляторов, которые «помогают инициировать и заканчивать речь участников в ситуации социального взаимодействия: предложить говоряще-

му продолжить, пояснить, поторопиться или закончить высказывание» [Меграбян 2001: 15]:

- *AWGTHTGTTA* (are we going to have to go through this again?)

- *AYPI?* (and your point is?)

- *~/* (Don't bother me)

4. *Эмотивная функция* заключается в способности эмотиконов и акронимов воздействовать на эмоции адресата. «Апелляция к чувствам, ... возбуждение определенных эмоций в публике снижает ее изначальное сопротивление воздействию и помогает Коммуникатору достигнуть цели» [Федотова 2002: 53-54]. В условиях компьютерного, особенно виртуального общения данная функция помогает установлению эмоционального контакта с адресатом посредством интимизации общения:

**WIGAM:** *ТУТ есть девченка из москвы для дольнейших отношений и встреч!!!!* 🤔

- *Hey :)*

- *I've met 9 women from the web... all very good experiences ;-)*

- *Whose knees was I between????????? LMAO... muahhhhhhhhhh*

5. *Символическая функция* основана на способности эмотиконов и акронимов выражать абстрактные понятия или ассоциироваться с ними. Подобная функция выделяется и при рассмотрении невербального поведения вообще; при этом под символами понимаются небольшие группы невербальных действий, которые можно точно перевести в слова (покачать головой, показать кулак, улыбнуться, нахмуриться) [Меграбян 2001: 14]:

- *I like your post.....thanks for adding it to the discussion...It makes sense...and is sincere.....Have a great day:)* (улыбнулась);

- *Аришка ушла.....:(* (огорчился);

- *LMAO ty babe have fun Chattin!!* (громко смеется).

6. *Стилистическая функция.* В рамках данной функции рассмотрим два аспекта.

А) Эмотиконы и акронимы могут выступать в качестве графических стилистических средств. Как известно, графическое оформление текста

обычно направлено на «передачу эмоциональной окраски, то есть чувств, которые писатель сообщает читателю, или эмфазы как общего специального увеличения усилий говорящего, особо подчеркивающего часть высказывания или подсказывающего наличие подтекста» [Арнольд 1981: 225-226]. В устной речи этой цели служат такие невербальные средства, как просодия (тон, интонация, темп, громкость произнесения), эмоциональное звуковое сопровождение (смех, плач, паузы, вздохи, покашливание, звукоподражание), кинесика (мимика, жесты, поза, походка, визуальный контакт), такесика (знаки приветствия) и даже проксемика (дистанция между партнерами) [Соколов 2001: 218-219]. Эмотиконы и акронимы, выступая в роли графических стилистических средств в рамках жанров киберпространства, заменяют на письме паралингвистические средства устного общения и помогают «мысленному исполнению» [Арнольд 1981: 225] высказывания:

*Актриса Весна: КОТЯРА\_(co\_знак), как это?!...((( а как же я?!...(((*

*Ники, образованные от имен, регистрации не подлежат. Будьте оригинальнее ;-)*

Сюда же относятся случаи пунктуационного употребления акронимов и эмотиконов, что придает письменному высказыванию некоторую ритмическую оформленность:

*well lol i think i put in 10 cents worth lol can i get my change back now ????*

*Miss X: Erika:))) а разве молодая девушка по определению не является молодым человеком :)))*

Б) В рамках стилистической функции можно рассматривать способность акронимов и эмотиконов создавать графическую норму компьютерного дискурса. Например, отрывок текста «*You look for good qualities? I'm impressed and feel free to post on our forum site anytime*» приобретает графическую форму одного из жанров компьютерного общения благодаря акрониму и эмотикону:

*You look for good qualities....lol..im impressed.....and feel free to post on our forum site anytime.....:)*

7. *Иллюстративная функция* заключается в способности акронимов и, особенно, эмотиконов иллюстрировать вербальный компонент:

*оснАвной: ЛАНГЕПАСОЧКА, ты просто ангелочек 🙏😊🙏*

В этой же функции акронимы и эмодзи заменяют невербальные иллюстраторы, или «избыточные помощники речи» [Меграбян 2001: 14], которые служат для акцентирования частей высказывания при устном общении, например, движения головы и кисти при произнесении слов под логическим ударением:

*\*\*\*\_Обесбашенный не хочет с вами в приват. Ok? e Xe+Xe:)))))))))*

*- ОН!!! I laughed my head off .....LOL*

8. *Эстетическая функция* заключается в способности акронимов и эмодзи обеспечивать эстетическое воздействие на адресата. Это выражается, прежде всего, в некотором обновлении организации письменного высказывания. «Новизна, неожиданность художественной организации текста, обостряя восприятие, повышает осязаемость текста, в результате сама языковая оболочка текста становится частью его содержания» [Мечковская 1994: 22]. Например:

*- OOOO... i'm an alien*



*- I will come here again for so many kind ppl here ~:)*

9. *Юмористическая функция*: употребляемые вместе с вербальными компонентами высказывания, акронимы и эмодзи, часто служат сигналами шуточного содержания сказанного, которое не следует понимать буквально или всерьез. Данная функция является чрезвычайно важной, поскольку из-за отсутствия визуального контакта при письменном общении в киберпространстве шутка, произнесенная «с серьезным лицом» и «серьезным тоном» (с использованием лишь вербальных средств) может быть неправильно истолкована и привести к коммуникативной неудаче.

*- \*\*\* zakukak щелкнул ОРХИДЕЮ по носу... не спи :)))*

*- Chory: Старая, Вы ябеда, мадам ))))) Только хотел свиданку назначить на 5 углах*

*- ahhh excuse me...you're the pee wee tyvm :) muahhhhhh.....ya better be nice to me...I tend to get revenge.....muahhhhhhhh ward lol*

10. *Характерологическая функция* заключается в способности паралингвистических средств вызывать у адресата определенные временные, национальные, социальные ассоциации. Так, например, созданию социального «детского» колорита служит имитация в тексте детского рисунка или почерка» [Анисимова 1992: 74]. Существует ряд эмодзи, особенно рисуночных, употребление которых как раз связано с подобными ассоциациями:



- «смайл афро-американец»;



- «смайл-девушка»;



- «смайл-туземец»;



- «смайл-китаец».

Акронимы и эмодзи также способны (хотя и не всегда) вызывать ассоциации социальной принадлежности к классу опытных пользователей или, наоборот, новичков, которые либо избегают использование смайлов и сокращений, либо злоупотребляют ими, нарушая тем самым этикет, принятый в данном чате или конференции.

11. *Эвфемистическая функция*. Акронимы и эмодзи часто служат эвфемизмами для передачи информации, которая в силу тех или иных причин не может быть вербализована. Например:

- *LMAO.....I wanna join cause i gots some ittybitties lol (LMAO = (!) Laughing My Ass Off)*

- *(\_E=mc<sup>2</sup>\_)* = *(!) A smart ass*

В рамках этой же функции можно рассматривать употребление эмодзи и акронимов для обозначения того, «что нельзя в жизни, но можно в сети». Например, некурящий человек может использовать анимированный эмодзи «дымящаяся сигарета» каждый раз, когда отлучается из чата, для придания определенных черт своему имиджу.

12. *Фатическая и контактная функции*, тесно связанные между собой и особенно актуальные при общении с незнакомым, воображаемым собеседником. Принимая во внимание, что «коммуникативный контакт – это взаим-

ное опредмечивание потребности в общении» [Войскунский 1990: 132], установить контакт – значит, помочь другому человеку ощутить желание пообщаться с вами. Для этого, прежде всего, надо привлечь к себе внимание:



Заколка:

Dantist: *Заколка, эка тебя!*

*<center> ВсЕм ПрИвЕт:))))))*

Установить контакт помогает фатическое общение, при котором «говорящим не важна та информация, которую они сообщают друг другу, они не стремятся выразить свои эмоции или воздействовать друг на друга. Пока им важен только контакт, который подготовит дальнейшее более содержательное общение» [Мечковская 1994: 19]. Акронимы и эмодзи обуславливают стандартность фатических разговоров в Интернет, что помогает преодолеть разобщенность и некоммуникабельность:

СНОБ: *Juliana, Здравствуйте*

Juliana: *СНОБ, и вы не болейте )))*

...Орхидея...: *Milano(со\_ZNAK), ))ты что ли? ай яй яй..*

*[23:05:22] к нам приходит Katzensprung*

Непонятно кто: *буль*

ЗАКОЛКА: *Привет москва, скажи aaa!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!))))))*

Milano(со\_ZNAK): *Непонятно\_кто, чмок))*

13. *Контекстуальная (ситуационная) функция*, в которой эмодзи и акронимы не служат формированию структуры высказывания, а представляют собой определенную ситуацию, в которой производится письменный речевой акт. «В данном случае письменные символы могут рассматриваться как заместители реальной паралингвистической ситуации, свойственной устной речи» [Колшанский 1974: 57]. Например:

- *God bless you*
- *Thank you so much ~:)*



Тень: *Минутку внимания!!*



14. *Прагматическая функция (в узком смысле)* заключается в том, что «коммуникативные средства способны передавать коммуникативную установку, предписывающую определенное воздействие на коммуниканта и его адекватную реакцию в соответствии с социальной нормой речевого поведения» [Конецкая 1997: 85]. В этой функции акронимы и эмотиконы (самостоятельно или в сочетании с вербальными компонентами) побуждают адресата сделать что-либо, предупреждают, угрожают и так далее:

*ВЕЙЛА: Fine, постарайся :-@ (побуждение)*

*- LMA!!!!!!!!!! NOW!!!!!!!!!! (угроза; LMA = Leave Me Alone).*

В зависимости от степени смысловой самостоятельности, акронимы и эмотиконы способны выполнять вышеперечисленные функции как отдельно от вербальных составляющих высказывания, так и совместно с ними. В то же время, рассмотрение синтаксической и семантической мотивированности показало, что лишь малая часть акронимов и эмотиконов действительно самодостаточна в смысловом отношении. Большинство подобных параграфов служат средствами передачи *дополнительных* оттенков значения сказанного и созданию экстралингвистического контекста письменного виртуального общения. Именно поэтому на практике акронимы и эмотиконы чаще всего выполняют сразу несколько из перечисленных функций.

Таким образом, если под прагматической мотивированностью понимать обусловленность выбора того или иного знака при порождении речи, акронимы и эмотиконы безусловно мотивированы упрощением воздействия на эмоциональную сферу адресата.

## 2.5. Моделирование языковой личности в киберпространстве

Уровень владения языком электронного межличностного общения является основным критерием успешности идентификации личности в киберпространстве, которая осуществляется через вступление и утверждение своих позиций в каком-либо сетевом сообществе [Kollock, Smith 1999]. Язык ки-

берпространства напоминает «тайный язык», недоступный непосвященному, незнание которого представляет большую проблему для начинающего пользователя, что «вполне соответствует замкнутому характеру киберкультуры и реализует потребность компьютерщиков в аффилиации» [Смирнов 2005].

В нашей попытке построить модель языковой личности киберпространства, отражающую «владение языком виртуального общения», мы опираемся на модель, предложенную Г.И. Богиным. Таким образом, материальным основанием нашей модели будет являться язык киберпространства, обладающий рядом рассмотренных выше специфических структурных свойств.

Предлагаемое нами модельное описание языковой личности в киберпространстве основывается на трех следующих положениях.

1) Язык виртуального общения обладает значительными специфическими свойствами на трех основных уровнях: орфографическом, параграфическом и лексическом (с соответствующей им семантикой). При этом под уровнями мы понимаем не совокупности «относительно однородных единиц, не находящихся в иерархических отношениях между собой» [Солнцев 1977: 84], а условные подразделения языка, «аспекты исследования» [Скребнев 1985: 73 - 83]. Акцент на орфографию делается именно в силу преобладания письменных форм в компьютерном общении. На этом уровне рассматривается владение индивидом всем алфавитным инструментарием: невозможно письменно общаться, не зная при этом, как пишутся буквы. Поскольку при общении посредством компьютера тексты набираются на клавиатуре, на орфографическом уровне нашей модели особое внимание уделяется владению техническими средствами набора. Это, прежде всего, умение пользоваться клавиатурой, переключать шрифтовые регистры и, на более высоком уровне развития языковой личности в киберпространстве, владение специальными компьютерными минипрограммами, открывающими дополнительные возможности для параграфического оформления письменной речи.

Параграфический уровень охватывает весь спектр невербальных визуальных средств электронной коммуникации, включая подробно рассмотрен-

ные выше акронимы и эмодиконы. При всей кажущейся простоте использования «смайликов», их уместное и адекватное использование также приходит лишь с пользовательским опытом по мере развития языковой личности.

Своеобразие лексического уровня, проявляющееся в большом количестве заимствованных и квазизаимствованных слов, а также в делении лексики на семантические поля согласно жанровому подразделению ситуаций компьютерного общения, безусловно предполагает постепенное развитие речевых готовностей.

2) Осуществляя общение в киберпространстве, человек, чаще всего, либо пишет, либо читает.

3) Развитие языковой личности киберпространства может быть большим или меньшим. За основу определения степени развитости речевых готовностей приняты пять уровней развития языковой личности Г.И. Богина [1984 a,b].

Таким образом, модель языковой личности киберпространства представляется нам в виде куба со следующими осями: Ось А – орфография, параграфемика, лексика; Ось Б – письмо, чтение; Ось В – правильность, интериоризация, насыщенность, адекватный выбор, адекватный синтез (см. рис. 1).

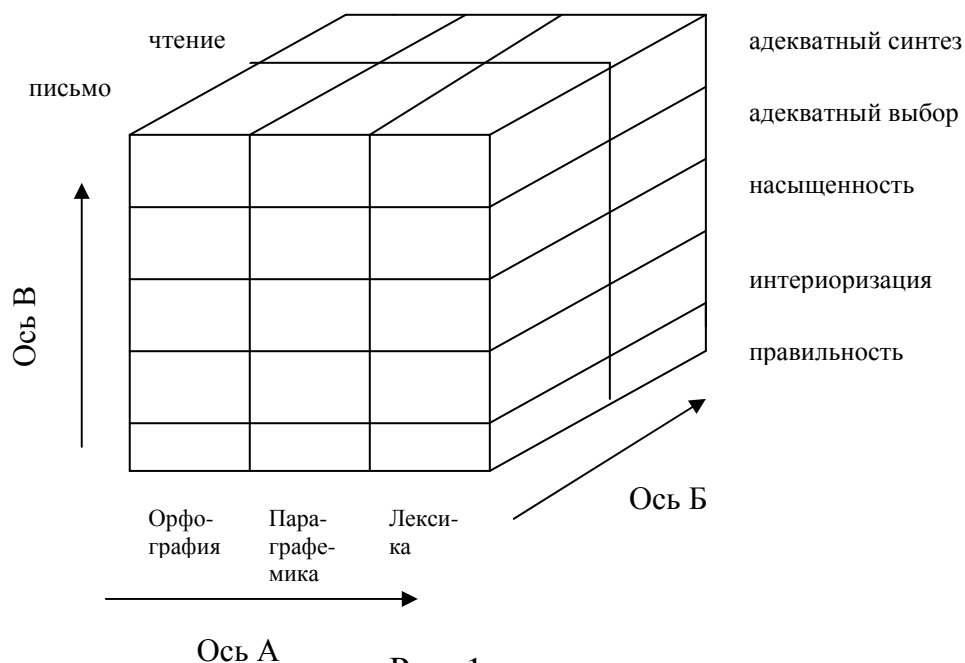


Рис. 1

Рассмотренные структурные особенности языка киберпространства позволяют сделать вывод о том, что уровень развития языковой личности виртуального общения во многом будет зависеть от личного опыта человека в области использования компьютерных технологий. Таким образом, роль абстрактного «оценщика» уровня владения языком киберпространства может выполнять компетентный пользователь электронными средствами общения, обладающий высокой степенью развитости речевых готовностей.

Развитие языковой личности киберпространства, как и развитие личности вообще, происходит постепенно, поэтому очевидно, что нельзя провести четкую грань между различными уровнями развитости речевых готовностей. Переход от уровня правильности к уровню адекватного синтеза представляет собой континуум, движение от незнания к знанию, от некомпетентности к компетентности. Выделенные Г.И. Богиным пять уровней развития языковой личности представляют собой пять этапов становления языковой (и во многом речевой) компетентности личности, которые не всегда легко определимы на практике. В то же время существует бесконечное число переходных состояний. Этот феномен легко проследить на примере развития языковой личности киберпространства при письме в плане орфографии. Самым примитивным уровнем здесь будет считаться элементарное владение клавиатурой на уровне добуквенной передачи высказывания. Напечатанные таким человеком тексты характеризуются полным отсутствием параграфемии и напоминают традиционный письменный текст, переданный средствами клавиатуры. При этом, безусловно, обнаруживается низкая скорость набора текста. Например:

*Ворона: Карамель, Вы знаете, когда человек начинает злиться на себя, это часто его подстегивает к работе над собой. Человек совершенствуется, а потом, перестав злиться, бросает это неблагодарное дело. И так без конца!*

*Алексей (только для вас, кое-кто): Да, выходит, коли мы здесь, значит тоже дураки! Я старьй, а ты - молодой!*

Приобретая опыт виртуального общения, человек осваивает технические средства параграфического оформления высказывания. В его речи появляются отдельные акронимы и наборные эмодиконы:

Импр: *Никольс. ну кто в чем путается...я в умностях...ты в реверансах:) будем тренироваться:)*

*Чё-то на spartak.ru какой-то на данный момент цвет красно-синий :(((  
- Да не вопрос, Михаил.*

*Просто, ИМХО, было бы лучше не говорить про час-полтора-два...*

Уровнем адекватного синтеза в плане орфографии можно считать такую развитость языковой личности киберпространства, при которой умение широко использовать параграфемику (в том числе и с помощью специальных мини-программ), сочетается с уместностью ее использования в контексте всего разговора, иными словами, готовность личности создавать графическую норму своих высказываний:

Никольс: *Всем привет*

*\*\*\*\_ Никольс наматывает километр приветов в клубок))) Бум вязать!)))*

Никольс: *Рыжая, книксен)))*

Никольс: *Берн! Приветнице)))*

Никольс: *сахарная мечта, приветик)))*

Никольс: *Стерва, ну..у меня весы сломались! Приветик)))*

Никольс: *Импресси!)))) Приветик... Ой, запутался в книксенах, и чуть не свалился)))*

Никольс: *Рыжая, я же не в смысле вязать спицами...Это по части приплода!)))*

Никольс: *Eraserhead, дарофф... Задание есть! Надо всем память стереть и записать новую... Что бы все после праздника жить начали сначала!))) Лучшие и красивее)))*

Никольс: *BASil, дарофки!)))*

Никольс: *Лан, сметаюсь, пока меня тоже не затерли...Всем всего и пока...Будьте!)))*

Никольс: *Рыжая, чего так!))) Волков бояться, ни с кем не собачиться...)))*

Никольс: *Стерва, життя такая...Все всего, а Стерве быть стервнее)))*

*\*\*\*\_ Никольс ИСЧЕЗАЕТ... отполз...*

Рассмотрим уровни развития языковой личности киберпространства более подробно.

1) *Уровень правильности.* Неумение строить высказывания с учетом специфики языка киберпространства может проявляться в незнании тех или иных компьютерных реалий и, следовательно, их наименований. Сюда же относится употребление специфической лексики в неверном значении (например, подмена понятий «личное сообщение» и «приват» в чатах) и неуместное использование смысловых акронимов и эмодзи:

*ROMEO: Seniorita, da idi ты. Достала уже!!! 🤪*

В приведенном примере неверно использован эмодзи с традиционным значением «улыбки до ушей, голливудской улыбки» для иллюстрации крайней степени раздражения через его ошибочное истолкование как «оскал».

2) *Уровень интериоризации.* В условиях общения он-лайн находит свое выражение в неспособности общающегося быстро формулировать мысли на языке киберпространства, что приводит к замедленному обмену репликами (сюда не относится плохое качество связи).

3) *Уровень насыщенности.* Говорящий использует параграфемику для придания эмоциональной окраски высказыванию, включает в речь специальную лексику. От уровня адекватного синтеза этот уровень отличается неоправданностью выбора тех или иных выразительных средств, например, чрезмерным употреблением эмодзи:

*Samael: )))))))))))))))))))) тут и тролли и вся нечитсь, пол города наверное ))))))))*

4) *Уровень адекватного выбора,* характеризующийся уместностью употребления смысловой параграфемики:

*Бил Клинтон: ПАНДА может 🐼 или сразу?*

*Зеленоглазое TAXI: 🤪 кто заказывал такси на дуброуку? 🚗;*


а также обоснованным использованием специальной лексики:

*The\_Wind(она): Tark, неа,проста так...наугад....делать нефиг...Хотя может 4е-то новое про компы узнаю...=)*

*Eraserhead: Amused\_To\_Death, мне ваш не интересен :))) про химеринового рассказите :) мона в личку :))) а то я мош заблуждаюсь жестоко :))))).*

5) *Уровень адекватного синтеза*, рассматриваемый на примере текстов, принципиально больших, чем предложение. Этот уровень связан с умением развитой языковой личности конструировать субъективные реальности и оперировать ими. Это относится, прежде всего, к умению создавать и выдерживать тональность беседы с помощью адекватного применения параграфемы:

*Donny\_Brasko: всем приятного вечера..... луны и романтики.....*

*Donny\_Brasko: о здравствуйте, свет очей моих.....Лореlea..... .....кисть ни одного художника..... не в силах передать красоты столь совершенной.....*

*Donny\_Brasko: Допельгангер, и Вам мое почтение.....*

В рассмотренном примере коммуникант создает атмосферу задумчивости, романтики и возвышенности.

Уровень развитости готовностей личности к речепроизведению на языке киберпространства является первым символом идентичности человека в виртуальной среде. Развиваясь, языковая личность «ассимилирует» в новом социальном сообществе пользователей глобальной сети [Voiskounsky, Hilton 1995; Арестова и др. 2005а], что является частью личностной идентификации. Чем выше развитость языковой личности киберпространства, тем больше возможностей открывается для осуществления социальной и личностной идентификации, намеренной презентации определенных качеств своего «Я», приобретения желаемого социального статуса и признания в пользовательской среде. Именно владение языком киберпространства на уровне адекватного синтеза является необходимым условием для успешного участия в виртуальном общении под разными «масками». На данном уровне развития языковая личность наибольшим образом преуспевает в игре идентичностями, в том числе ложными, с помощью умелого выбора рече-поведенческих стратегий.

## Выводы по Главе 2

Письменное компьютерное общение характеризуется рядом особенностей, накладывающих отпечаток на процесс личностной идентификации в киберпространстве. К ним относятся: дистантность, опосредованность, ограниченность во времени, возможность общаться с незнакомым, воображаемым собеседником и изначальное наличие типового набора лингво-семиотических средств у всех пользователей.

Язык компьютерного общения обладает спецификой на всех уровнях, в особенности лексическом и орфографическом. Лексический уровень включает большое количество слов англоязычного происхождения, как ассимилированных, так и неассимилированных, а так же характеризуется делением лексики на семантические поля в соответствии с типичными ситуациями (жанрами) электронного общения. Орфографический уровень включает весь спектр шрифтовых, цветовых и прочих печатных возможностей. Кроме того, широкое использование других параграфических средств, в том числе наборных и рисуночных эмотиконов и акронимов, являющихся неотъемлемым компонентом письменного электронного общения, позволяет нам отнести их к особому параграфическому уровню компьютерного языка.

В связи с большой популярностью акронимов и эмотиконов в среде пользователей сетью Интернет, во второй главе нашего исследования мы подробно остановились на рассмотрении знаковой природы этих параграфем. Основными мотивами их появления мы считаем стремление восполнить недостаток эмоционального наполнения письменного общения, желание быть оригинальными в обозначении предметов и отношений, а также творческий мотив наподобие языковой игры.

Анализ акронимов и эмотиконов в трех семиотических измерениях позволил сделать следующие выводы. В плане семантики, рассматриваемые параграфемы обнаруживают тенденцию утраты мотивировки, приобретая все более символический характер. В синтаксическом плане и акронимы и эмотиконы могут вступать в различные структурно-семантические отношения с



вербальными составляющими электронного общения: дополнять их, иллюстрировать, контрастировать с ними и так далее. С прагматической точки зрения, употребление акронимов и эмодиконов оправдано отсутствием непосредственного эмоционального контакта собеседников при общении с помощью компьютера. Выполняя различные функции, данные параграфемы помогают осуществлению коммуникативных интенций говорящего.

Собственно языковой аспект идентичности тесно связан с уровнем владения языком компьютерного общения. Осваивая этот язык, человек осуществляет интеграцию в субкультурную группу пользователей Интернета. Взяв за основу модель языковой личности, предложенную Г.И. Богиным, мы попытались сконструировать модель языковой личности киберпространства с точки зрения ее готовностей к речепроизведению и речевосприятию. Модель учитывает такие уровни языка компьютерного общения, как орфография, параграфемика и лексика. Вслед за Г.И. Богиним различаются правильность, интериоризация, насыщенность, адекватный выбор и адекватный синтез как степени развитости языковой личности. Акцентируя внимание на электронном письменном общении, мы отразили в модели такие виды речевой деятельности, как чтение и письмо.

Чем выше уровень развитости языковой личности, тем большие возможности открываются для осуществления процесса социальной идентификации в киберпространстве. Своеобразие электронного общения способствует упрощению межличностной интеракции через «эффект раскрепощения». Выступая под «масками», исполняя различные социальные роли в рамках сетевых сообществ, человек волен проявлять выборочные качества своего реального или идеального «Я», поэтому процесс социальной идентификации в киберпространстве состоит в сравнении *желаемых* аспектов своего «Я» с *желаемыми* же аспектами «Я» Других. Распознавание подобных интенций говорящего осуществляется через анализ выбираемых им речеповеденческих стратегий и используемых лингвистических и паралингвистических средств.

## ГЛАВА 3

### КОНСТРУИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ И ЛИЧНОСТНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

#### 3.1. Термины описания идентичности

Становление идентичности языковой личности происходит в условиях социального взаимодействия, поскольку «речевые акты являются неотъемлемой частью социальных актов, они одновременно совершаются в них и творят их» [Пушкин 1990: 54]. Далее в работе мы будем оперировать основными понятиями символического интеракционизма, изложенными Д. Карбо [Carbaugh 1996].

Одним из таких ключевых понятий является «*социально-культурная сцена*» (ср. «*фигура*» - Барт 1999: 82), которое обозначает социально-культурное окружение, типичные для него коммуникативные (или дискурсивные) практики, а также представления участников общения об уместности тех или иных практик. По-другому автор называет социально-культурную сцену *сверх-текстом* (over-text) или культурным ландшафтом (culturescape) [Carbaugh 1996: 16].

Каждая социальная сцена включает *агентов* в действии. Формированию идентичности служат специальные *символы* (symbols of identity) – особые слова, фразы или образы, которые помогают категоризировать участников социального взаимодействия, отнести человека к тому или иному типу личности.

Важным для описания идентичности является понятие «*коммуникативной или дискурсивной практики*», обозначающее принятый, типичный, часто встречающийся сценарий выражения определенного значения в данном сообществе в условиях данной социально-культурной сцены. Важно не путать понятия «дискурсивная практика» и «коммуникативная стратегия». Последняя рассматривается как «центральное звено речевой коммуникации, при

помощи которой говорящий реализует свои интенции в дискурсе. Некоторые исследователи сводят стратегию к процессу выбора языковых средств, а так же тех или иных речевых действий» [Кочетова 2001: 134]. Можно сказать, что практики являются следствием наиболее типичного выбора тех или иных стратегий в данном социо-культурном контексте.

Возможны два подхода при рассмотрении соотношения дискурсивных практик и идентичности. В рамках первого подхода, каждая идентичность представляет собой систему коммуникативных практик, характерных для многих, но не обязательно всех, социальных сцен. Согласно другой точке зрения, идентичность рассматривается как следствие дискурсивных практик, их продукт. В условиях виртуального общения большую значимость приобретает второй подход, поскольку именно коммуникативные действия собеседников служат средствами создания их идентичности.

Появление Интернета привнесло в культуру общения традицию текстоцентричности, «именно текст является формой жизни в Интернете» [Кушнир 2005]. «Текст и человек, родивший его, становятся тождественными, ведь ничего нет кроме текста» [Нестеров, Нестерова 2005]. Это явление взаимосвязано с сенсорной редуцированностью виртуальной среды, описываемой в социологии топиком «псевдоустная коммуникация» [Петрова 2005]. Восприятие и анализ Другими текстов, производимых коммуникантом, способствует становлению особой виртуальной социоидентичности, отличающейся высокой степенью деиндивидуализации.

В то же время, «постоянство определенного типа поведения дает возможность выявить его интенцию» [Барт 1989: 85], что, в частности, справедливо и для речевого поведения. Далее в исследовании мы подробно остановимся на рассмотрении наиболее типичных дискурсивных практик, ведущих к формированию основных видов социоидентичности и личностной идентичности в Интернете.

### 3.2. Жанровое своеобразие дискурса в сети Интернет

Процесс идентификации в электронной коммуникации во многом зависит от социально-культурных сцен, то есть тех ситуаций общения, в которые вступает пользователь. В этом отношении уместно рассмотреть жанровую специфику форм компьютерного общения.

Существует множество подходов к определению жанра. Согласно традиционной концепции (Аристотель, Н. Буало), жанр понимается как узкоспециальное понятие, которым оперируют в рамках теории литературы применительно к художественным текстам. Принципиально иным является подход, изучающий различные аспекты жанровой организации речи (Н.Ю. Шведова, С.Н. Черемисина, В.З. Демьянков, А.А. Акишина, Н.И. Формановская, Р. Белл и другие). Ученым, заложившим основы современного «жанроведения» считается М.М. Бахтин.

Согласно М.М. Бахтину, человеческая речь в типичных ситуациях отливается в готовые формы речевых жанров, которые «даны нам почти так же, как родной язык». Богатство и разнообразие речевых жанров так же необозримо, как «неисчерпаемы возможности разнообразной человеческой деятельности» [Бахтин 1979: 237]. Речевой жанр понимается как категория, позволяющая связать социальную реальность с реальностью языковой. По Бахтину, речевые жанры – это широкий спектр разнородных письменных и устных тематически и ситуативно обусловленных «типов высказываний», которые охватывают все сферы человеческой деятельности и частично пересекаются с литературными жанрами, широко рассматриваемыми в теории литературы [Бахтин 1996: 159]. Кроме того, различаются жанры «первичные/простые» и «вторичные/сложные». Первичные жанры связаны в «непосредственным речевым общением», они относятся к «бытовой жизни». Вторичные жанры «возникают в условиях более сложного и относительно высоко развитого и организованного культурного общения (преимущественно письменного)» [Бахтин 1996: 161]. Вторичные речевые жанры могут вклю-

чать в себя первичные и отличаются сферой функционирования или стилистической обработкой [Дементьев 1999: 37].

Развивая идеи М.М. Бахтина, М.Ю. Федосюк считает, что область применения речевых жанров не ограничивается только высказываниями, «удобнее считать, что речевые жанры – это устойчивые, тематические, композиционные и стилистические типы не высказываний, а текстов» [Федосюк 1997:104]. В работах других исследователей, жанр определяется как «сложный и целесообразный семиотический способ отражения социальной информации, обладающий характерными, постоянными признаками» [Гречихин, Здоров 1983:22], «вербальное оформление типичной ситуации социального взаимодействия людей» [Седов 1998: 11], «стандартная форма передачи типизируемого содержания» [Карасик 1992: 22]. В нашем исследовании мы будем понимать под *речевым жанром* общепринятый способ языковой коммуникации, исторически и культурно оформленный образец организации текста.

Способы организации письменных текстов в Интернете во многом зависят от экстралингвистических факторов, сопутствующих электронному общению. Именно поэтому, говоря о жанровом своеобразии киберпространства целесообразно различать жанры не только «простые» и «сложные» (вторые часто являются электронной версией традиционных письменных аналогов – художественной литературы, публицистики), но и жанры межличностной, групповой и массовой коммуникации. Жанры межличностной коммуникации, которая является объектом данного исследования, также подразделяются на отдельные способы организации общения в зависимости от степени интерактивности. Наиболее интерактивными считаются жанры чата, ICQ и других мессенджеров, наименее интерактивными – электронная почта и телеконференции. Степень интерактивности тех или иных жанров определенным образом влияет на процесс идентификации личности в киберпространстве. На следующем этапе нашего исследования проводится структурно-

содержательный анализ текстов-высказываний таких форм компьютерного межличностного общения, как чат и электронные дневники.

### 3.3. Конструирование социальной идентичности в чате

При всем разнообразии способов межличностного общения в киберпространстве, и, несмотря на появление и развитие новых форм виртуального общения, огромное количество пользователей во всем мире отдает предпочтение чату.

#### 3.3.1. «Чат» как жанр

Чат – это вид общения в реальном времени посредством компьютера, в переводе с английского означающий «дружеская беседа, болтовня». Действительно, посредством чата создается некая виртуальная реальность, доминантой которой становится общение. При всем разнообразии чатов, большинство из них имеет стандартный скрипт, и каждое отдельное сообщение строится по формуле «время – ник отправителя – адресат - высказывание». Входя в чат, пользователь выбирает себе имя (ник), цвет и размер шрифта.

Возможность ведения диалогов в реальном времени является общей характеристикой как чата, так и устного общения. Однако, общению в чате присуща скудность средств, имеющихся в распоряжении говорящего. Параграфические составляющие компьютерного дискурса, подробно рассмотренные в главе 2 исследования, помогают отчасти восполнить отсутствие живого контакта собеседников. Так, почти все чаты имеют свой набор рисуночных эмодиконов. Параграфемика составляет графическую норму общения в чате.

В чате может общаться одновременно большое число людей, количество реплик, выводимых на экран монитора за несколько секунд тоже нередко очень велико. Скорость общения в чате при большом количестве участников вынужденно высока, поспешность набора ведет к опечаткам, на которые ма-

ло кто обращает внимание. Наличие множества тематических линий разговора и свойство «чатлан» участвовать сразу в нескольких из них, создает впечатление какофонии. При желании отстраниться от нежелательных «слушателей», может использоваться функция отправки «личного сообщения» или общение в отдельном окне, так называемом «привате».

Общению в чате присуща «растворенная телесность – отсутствие тела как такового» [Нестеров, Нестерова 2005]. Для экстралингвистического оформления своего присутствия коммуниканты прибегают к ремаркам личного поведения. Например,

*"Хочу" - робко говорит Бизон, стоя у входа и стыдливо теребя кончик галстука".*

*\*\*\* Лимонадный ДЖО нежно целует Хрустальная\_витаминка, привет золотце !*

Типичной для чата является «виртуальная дикция», при которой сообщение «пишется, как слышится» [Травин 1999: 57]:

*Лентяй: а чевои-та у нас Аленку не слышна-та?*

Разнообразные шрифтовые параграфемы и пунктуация составляют ритмическое оформление сказанного, а также подчеркивают наиболее значимые части высказывания, которые в устной речи выделялись бы интонационно или силой голоса.

Формально чат напоминает пьесу с тем отличием, что реплики организованы не по правилам логики, а по времени появления на мониторе. Это нарушает логику диалога, поэтому чтение такого текста затруднено переплетением «сюжетных линий» [Кушнир 2005].

При всей кажущейся пестроте, тексты общения в чате не отличаются большим тематическим разнообразием. Из-за вынужденной поспешности обмена репликами, наблюдается ограничение объема сказанного. Именно поэтому «в чатах часто весьма затруднены глубокомысленные беседы, которые являются основным достоинством и недостатком другой глобальной формы сетевого общения – конференций» [Нестеров, Нестерова 2005]. Можно выделить стандартные тематические линии разговора в чате:

1) знакомство и флирт;

- 2) обсуждение прошедших или планирование предстоящих встреч в реале;
- 3) обмен по возможности остроумными репликами ни о чем.

Более узкие темы либо подпадают под уже названные, либо встречаются в специализированных чатах частной направленности.

Именно тематическая и композиционная устойчивость чата позволяет рассматривать его как самостоятельный жанр компьютерного общения. Таким образом, чат представляет собой некий мостик между письменной речью (линейной в пространстве и допускающей исправления) и устной речью (линейной во времени, то есть когда сказанное нельзя отменить).

### 3.3.2. «Чат» как социум

Привлекательность чата как формы компьютерного общения неоспорима и доказывается их широкой популярностью в среде пользователей Интернетом. Объясняется это тем, что, в отличие от ICQ и других мессенджеров, воспринимаемых исключительно как средство общения, чат является особой социально-культурной средой, общностью, объединяющим фактором для его «обитателей». Чат – яркий пример особой виртуальной реальности, поэтому не случайна тенденция рассматривать в качестве его первичной функции не знакомство с новыми людьми, а «бытийность». «Чат - это не клуб знакомств, это реальная жизнь, проживаемая в ином мире. Посетители чата не общаются в нем, они в нем живут» [Нестеров, Нестерова 2005].

Чат – безусловно социальное образование, мини-модель общества со своими законами (часто прописанными в виде правил пользования), традициями и социальной стратификацией. Даже если виртуальные знакомства находят продолжение во встречах в «реале», общее количество времени, проводимое за разговорами в чате, намного превышает время живого непосредственного общения с теми же лицами. Это является доказательством того, что сама атмосфера чата выступает неотъемлемой составляющей общения в



нем. «Сеть способствует утверждению "племенной психологии", то есть воплощает стремление людей выразиться в микрогруппах, объединенных по определенным, разделяемым индивидами интересам» [Емелин 2005].

Важной характеристикой чата является его карнавальный характер. Чат – это карнавал в том смысле, в котором понимал его М.М. Бахтин [Бахтин 2000(b)], «сама жизнь, но оформленная особым игровым образом» [цит. по Нестеров, Нестерова 2005]. Примером может послужить следующий обмен репликами в чате:

*винд: ...о вей мир! опять я неправ...ну хорошо, мирабель...вы можете открыЦца мне, старому слепому карлику-негру женскова полу?...*

*Mirabelle: винд, Зачем же я буду вам открываться ? %) Мне и под маской неплохо %)*

*Mirabelle: Маленький\_ёжик\_четверо\_ножек, У меня виртуальный грим %) В реале я не штуркуюсь %)*

Коммуниканты экспериментируют с идентичностями, вступают в общение одновременно от разных лиц, скрывают или меняют пол, возраст и профессию. Однако, шанс в этой игре «примерить на себя чужую личину» бесспорно проигрывает по своей привлекательности возможности продемонстрировать только те свои качества, общественного признания которых ищет индивид. Показать себя таким, каким хочешь казаться – самая распространенная интенция в начале процесса личностной идентификации.

Поскольку чат – это модель общества, получение общественного признания и определенного социального статуса становится целевой доминантой (см. также: [Жичкина 1999]). На иллюзии социального роста построено подавляющее большинство чатов, предлагающих системы накопления пользовательского опыта с поощрениями в виде новых параграфических и административных возможностей, присвоения официальных статусов или присуждения знаков отличия.

Несмотря на то, что эффект раскрепощения, обусловленный спецификой киберпространства, значительно облегчает интеракцию, процесс социализации в чате требует времени и имеет свои стадии, частично схожие с со-

циализацией в реальной жизни. Формирование социальной идентичности в чате включает следующие этапы:

1) *выбор ника* (имени-прозвища, под которым пользователи вступают в общение). Смена имени есть всегда переход в иное состояние, поэтому выбор ника можно сравнить с надеванием маски, диктующей определенное коммуникативное поведение индивида и предопределяющей его первичное восприятие другими членами сообщества;

2) вступление в общение, применение *фатических практик* с целью быть *замеченным*. Этот этап особенно актуален при большом количестве «чатлан», общающихся одновременно;

3) обратив на себя внимание, необходимо *заинтересовать* других коммуникантов *в своей личности* (в том виде, в каком она репрезентуется), что чаще всего достигается включением в общую дискуссию или открытием новой тематической линии разговора. При неудаче на этом этапе социализации в чате, общение не идет дальше фатического обмена репликами, и дальнейший рост в местной социальной иерархии становится невозможным;

4) этап *признания*, заключающийся во включении нового коммуниканта в сообщество данного чата через негласное присвоение статуса «Свой»;

5) этап *узнавания* коммуниканта другими членами сообщества при его последующих заходах в чат. Узнавание проявляется в виде определенных эмоциональных реакций на появление конкретного лица. Вновь прибывший уже ассоциируется с некоторой идентичностью, его помнят по предыдущим разговорам и воспринимают в соответствии с набором сложившихся ранее представлений о его качествах;

6) приобретение *авторитета*, высший этап формирования социоидентичности, заключающийся в превращении коммуниканта в «старожила», «старичка» чата, его вступлении в «элику» постоянных пользователей. Достижение этого этапа возможно лишь с течением времени, приобретением опыта и формальных знаков отличия, участием во встречах в «реале». Во

многих чатах «авторитеты» наделяются администраторскими полномочиями. Иллюзия социального роста подкрепляется иллюзией обретения власти.

Поскольку важность реального социального статуса нивелируется при письменном компьютерном общении, социальная идентичность в чате как особой «виртуальной реальности» сводится именно к тому, на каком этапе социализации находится коммуникант, является ли он «новичком», «продвинутым пользователем» или «старичком». Рассмотрению символов социальной идентичности на всех этапах социализации в чате посвящена следующая часть данного исследования.

### 3.3.3. Символы социальной идентичности в «чате»: от «новичка» до «старичка»

Материалом для анализа послужили тексты бесед в 14 русскоязычных чатах, отобранные в ходе включенного наблюдения в период с февраля 2003 по август 2005 годов. Сопоставление пользовательского опыта и статуса коммуникантов с используемыми ими дискурсивными практиками позволили нам выделить следующие символы социальной идентичности в чате на всех этапах социализации.

1. *Выбор ника* традиционно считается важнейшим шагом для любого новичка, вступающего в общение в чате, поскольку из имени-прозвища можно инференционно вывести множество импликатур, характеризующих говорящего. Выбранный в начале общения ник при последующих заходах в чат служит первым символом идентичности коммуниканта.

В зависимости от коммуникативной интенции человека, можно выделить следующие основные группы ников:

- ники, несущие в себе реальную информацию о личности, что часто встречается в чатах знакомств: *Катюшик\_(СпБ)*, *Айрины\_она\_39\_мск*, *студент\_юрист(095)*;

- ники, прямо или косвенно указывающие на цель присутствия данной личности в чате: *Sweet\_Dream, Любовничек, стриптизерша, Мне\_одинок*;
- ники, рассчитанные на привлечение внимания к говорящему. Сюда относятся слишком длинные и трудные для набора прозвища: *±••‡©@\$pE®•»‡••±™\_*, *Маленький\_ёжик\_четверо\_ножек*, *Хочешь\_похудеть\_спроси\_меня\_как*; ники, построенные на абсурдном, оксюморонном или парадоксальном сочетании входящих в его состав элементов: *Нежная\_Гадость, Нечто\_Странная, Ласковый\_Кислотный\_Дождик*; ники, содержащие пейоративную, вульгарную или намек на нецензурную лексику: *Сволочь, Сопляк, хона, фа-king*;
- ники, содержащие аллюзию, и ники-прецедентные тексты и прототипы [Донец 2001: 233], настраивающие участников общения на определенное отношение к носителю такого прозвища, основанное на ассоциациях: *Андресен, Шагане\_Есеньевна, Цветы\_Козла, Лигейя, Пепти\_Синий\_Чулок*.

При длительном общении в чате, пользователь может сменить несколько ников, в зависимости от того, какие аспекты своей сущности он желает подчеркнуть на данном этапе. Однако для успешного процесса социализации, предпочтительно остановить свой выбор на одном имени-прозвище, «настоящий, хороший, долго носимый ник со временем срастается с хозяином, становится его частью» [Попов 2001-2004а], и уже не ник подстраивается под имидж, а имидж под ник.

В то время как «новички», будучи плохо знакомы с другими участниками чатовского общения, вынуждены обращаться к ним исключительно по представленным именам-прозвищам, важным символом социальной идентичности «старожилов» чата является их склонность к языковой игре с никами: *Лошадка* вместо *Лошадь\_Пржевальского*, *Хим* вместо *Химера*, *Полосище* вместо *Полосатый*. Из подобных обращений инференционно выводимо личное отношение к другим общающимся. Таким же символом идентичности является игра со своим собственным ником при заходе в чат персонажа, пользующегося определенным авторитетом и узнаваемого другими участниками общения.

2. Вторым важным этапом социализации в чате является вступление в беседу, установление контакта и *привлечение внимания* к своему персонажу. На этом этапе явно прослеживается разница между «новичками» и «старичками»: в то время как первым приходится прилагать усилия, чтобы быть замеченными, вторым достаточно быть узванными. Чем больше опыт общения в чате, тем сильнее ощущение «экзистенциального контекста» [Макаров 2003 147-148] этого виртуального социума и тем меньше потребность в фатическом общении как средстве «преодоления разобщенности и некоммуникабельности» [Мечковская 1994: 19].

Основные фатические практики, к которым прибегают новые участники общения в чате, можно разделить на традиционно успешные и традиционно неуспешные. Среди традиционно *успешных* мы выделяем следующие *фатические практики*:

1) акцент на *заметность*, достигаемую использованием параграфемии: игра со шрифтом и цветом, чередование строчных и прописных букв, обильное использование пунктуации и эмодзи, как рисованных, так и наборных:

  USA

 есть тут девушки из питера 

**ПриВЕТЫ!!!**

**комрад! :)))**

**: \_МАЧО\_, ааааа...привет-))))))**

**[00:53:10] к нам приходит ±••‡©@§pE®°»‡••±™\_**

*Здрастиии, уважаемые...*

Акцент на заметность – самый простой и в тоже время самый действенный способ привлечения внимания к себе. При этом очевиден элемент внешней саморекламы. Один из законов рекламы гласит: «Если вы не можете сделать так, чтобы это выглядело хорошо, сделайте это большим» [Ценев 2003: 55], поэтому нередко приветствия печатаются заглавными буквами, что обычно соответствует громкой речи или крику в устном общении:

*А ВОТ И Я! НЕ ЖДАЛИ?!!!! :))))))*

## ***ПРИВЕТ!!!!!!***

Чрезмерное увлечение украшательством высказываний является символом идентичности более молодых участников общения, новичков, а также тех, для кого пребывание в чате – не более чем развлечение, праздное времяпрепровождение. В тематических чатах, особенно посвященных обсуждению специфической проблематики, использование параграфематики гораздо менее обильно;

2) постановка *вопроса*, который приглашает других посетителей чата к общению через ответ на него. Вопрос может быть задан как безадресно, так и конкретному персонажу:

*не подскажите, что в мире делается?*

*А что делать, если чего-то хочется, а кого – не знаю? :)*

*Я тут где-то посеяла разумное, доброе, вечное.. никто не находил?*

*Мора Кросс: Стерва, вы не знаете, куда пропала совесть нации?*

3) *эпатаж* стилем оформления высказываний – весьма действенная фатическая практика, подразумевающая, однако, умение коммуниканта придерживаться выбранного стиля. Примером может служить передача звучания разговорной речи на письме, которое нередко выражает дерогативный настрой персонажа:

*ну, как гриЦЦа, здрасти :))*

***Хай УСЕМ!!!***

*Привеееттыы, слаТкие вы МААиши...*

Данная практика является символом идентичности пользователей, находящихся на начальных этапах социализации в чате.

4) *Занятие* изначально *враждебной позиции*:

*козлы вы тут все и чат дебильный*

*привет, скопище полудурков.*

Несмотря на то, что данная практика основана на ликоугрожающих актах [Brown, Levinson 1978], ее следует рассматривать как традиционно успешную. Как показывает наблюдение, ответом на заведомое хамство или враждебность обычно является попытка разобраться в причинах, вызвавших

подобное отношение, то есть установление контакта. «Необоснованная вербальная агрессия заставляет сетевое сообщество, которое находилось буквально на грани распада, объединиться, чтобы достойно ответить агрессору» [Смирнов 2005]. Исключение составляют модерируемые чаты, следящие за вежливостью и дружелюбным тоном общения.

Враждебность в чате предполагает противопоставление себя некоторому социальному целому и может быть определена как девиантное (речевое) поведение, причиной которого часто является преодоление «диффузной (неопределенной) идентичности», при котором «человек предпочитает выбрать негативную социальную идентичность, чем быть никем или чем-то неопределенным» [Жичкина, Белинская 1999].

5) *Имплицитные перформативные* высказывания, не обладающие грамматической выраженностью (форма первого лица единственного числа настоящего времени), присущей эксплицитным перформативам [Апресян 1986; Макаров 1997: 230-231; Остин 1986; Романов 1984; Сусов 1980]. Успешность данной фатической практики основана на свойстве действий легко привлекать и удерживать внимание, что выгодно отличает их от вербальных выражений. В чате встречаются перформативы двух видов: рисуночные и вербальные. К первым относится употребление эмодзи для иллюстрации действия:

*МОЛНИЙ*: Пулеметчица, 🌹 (дарение цветка)

*Lak*: Галка, ☕ (предложение чашечки кофе).

Особым видом вербальных перформативов, присущих чатам, являются собственные комментарии общающихся о совершаемых ими действиях, напоминающие сценические ремарки:

\*\*\* *Линда тут... заходит и раскланивается*

\*\*\* *пОНя присаживается в кресло с журнальчиком в руках. Зрит...*

\*\*\* *Сказочница очень сексуально падает с лестницы.....ой ой.....*

В силу конвенций письменного компьютерного общения подобные высказывания расцениваются как действия, а не как описания действий. Они

лишены признака истинности/ложности, совпадают с моментом речи, обладают модальностью реальности, аутореферентны.

К традиционно *неуспешным фатическим практикам* мы относим 1) приветствия, произносимые «новичком» и адресованные сразу всем участникам общения в чате: «Привет всем!», «Здравствуйте, люди!»; 2) вопросы и просьбы типа «Кто хочет поболтать со мной?», «Ну поговорите со мной!!!», формирующие аттитюд «неинтересный собеседник, который не в состоянии завести разговор»; 3) графическое и вербальное хулиганство, так называемый «флуд».

3. Этап возбуждения *заинтересованности* в манифестируемой личности играет ключевую роль в формировании окончательного аттитюда к новому персонажу. Под «аттитюдом» понимается «состояние сознания, регулирующее отношение и поведение человека в связи с определенным объектом в определенных условиях, и психологическое переживание им социальной ценности, смысла объекта» [Рощин 2002: 87]. Этот процесс тесно связан с понятием атрибуции, то есть тем, как обычные люди, действуя интуитивно, объясняют для себя те или иные события или действия других людей [Harre, Stearns 1995: 87]. На этом этапе наибольшую важность приобретает не форма высказывания, а его содержание, пользователи заинтересованы в проявлении инициативы и открытии новой тематической линии или в принятии активного участия в уже ведущемся обсуждении. Наиболее успешным на этом этапе считается затрагивание следующих тем: 1) флирт; 2) высказывание (даже самых абсурдных) предположений, относительно личной жизни «старичков» чата, якобы основанных на наблюдении за ними; 3) словесная игра и юмор; 4) организация и обсуждение встреч в «реале».

На этом этапе отчетливо прослеживается стремление коммуникантов соблюдать принцип коммуникативного сотрудничества для поддержания дружеского общения, целью которого является «достижение духовной общности людей, которая ценна сама по себе, как проявление свойственного человеку родового качества социальности» [Каган 1988: 292]. Это, совместно с



интенцией индивида добиться признания желаемого «Я», обуславливает преобладание на данном этапе социализации в чате следующих типов высказываний:

1) асертивные высказывания, обладающие наименьшим потенциалом оказаться ликоугрожающим актом:

*Manna\_Vortex: нордический\_млия\_воин, настали для тя тягостные деньки. потеплело.*

*Mirabelle: BASil, Ну, Вы немножко правы %) Ученым ведь тоже кушать хочется %)*

*Mirabelle: BASil, Нет %) Может, я хочу воспитать в себе возвышенную особу %) ...Или, наоборот... убить %);*

2) комиссивные высказывания, посредством которых говорящий берет на себя обязательства в рамках виртуальной чатовской реальности:

*винд: ..мирабель..ну хорошо, буим для всех как бы друзья...я вас пока не вычеркиваю...*

*Рыжая бесстыжая: Никольс, если вам не сложно...свяжите мне шарфик...беленький...сама никак не соберусь))))))*

*Никольс: Рыжая, да не вопрос! Вам с кисточками али без? ));*

3) эгоцентрированные высказывания, то есть «высказывания адресанта о самом себе» [Чахоян, Дедикова 1990: 74], содержащие пресуппозиции, характеризующие говорящего персонажа (и далеко не всегда реальную личность):

*Карамелька: Берн, нее... не пойдет, мне сегодня еще курсовую писать* (пресуппозиция – Карамелька - студентка).

*Manna\_Vortex: нордический\_млия\_воин, да я его бывший одногруппник и собутыльник по совместительству.* (пресуппозиция - Manna\_Vortex не против посиделок с употреблением спиртного)

*Лаура: пойду я, пожалуй, пирожки печь с яблоками ))* (пресуппозиция – Лаура умеет печь пирожки).

Большой популярностью на этом этапе социализации пользуются речеповеденческие стратегии, подчеркивающие принадлежность персонажа к

данному виртуальному сообществу и его готовность принимать активное участие в жизни чата. Например, стратегии поддержания бессодержательно-фатического разговора, путем развертывания смыслов отдельных слов реплик собеседника (в примере «слова-зацепки» выделены жирным шрифтом):

[17:23:22] к нам приходит Никольс

Никольс: Всем привет

Рыжая бесстыжая: Никольс, приветов **километр**))))

\*\*\*Никольс **наматывает** километр приветов **в клубок**))) Бум **вязать!**)))

Рыжая бесстыжая: Никольс, если вам не сложно...**свяжите** мне **шарфик**...беленький...сама никак не соберусь))))

Стерва: Ник,приветов **килограмм** десять))))

Никольс: Стерва, ну..у меня **весы** сломались! Приветик)))

Декларативные высказывания, охватывающие всех участников чатовского общения также способствуют созданию ощущения единства и принадлежности к группе:

Кенга: День приятных эмоций объявляю открытым! -))

нордический\_млия\_воин: Да здравствуют пивствуют и совокупаютвствуют изычческие богиши, ура товарищи!

4. На конечных этапах социализации в чате – *узнавания* другими коммуникантами и приобретения *авторитета* – акцент полностью смещается с формы на содержание. Проявляется это, в частности, в том, что «чем дольше человек находится в чате, тем бледнее становятся его цвета, - ибо ему уже незачем выделяться, привлекать внимание с помощью аляповатой внешности» [Попов 2001-2004b].

Усвоение экзистенциального чатовского контекста заставляет «старожилы» чата менять широкий круг обсуждаемых тем на более узкий, отвечающий специфике отношений членов данного конкретного сообщества. Из всех коммуникативных принципов ключевым становится соблюдение Постулата Способа, ценится точность и краткость изложения мысли. По этой же причине резко снижается или сводится на нет употребление эмодиконов, которые, таким образом, остаются символом идентичности «новичков». В на-

чале общения в чате персонаж охотно использует «смайлы» и другую параграфимику, поскольку «выбор формы языка, ассоциируемой с определенной группой, означает желание быть принятым этой группой» [Костецкая 2001: 181-182]. На конечных этапах социализации, эмодиконы воспринимаются как «маскирующие выражения», которые «не имеют точной привязки, маскируют смысл вместо его прояснения» (подобно выражению «маленькие белые таблетки», которое может указывать на какие угодно таблетки) [Перлз 2000: 34]. Употребление того или иного эмодикона «авторитетами» чата чаще всего обосновано избеганием неправильного толкования сказанного, в частности серьезного понимания шуточного или иронического замечания:

*Баклушин: винд, конечно, ты ж знаешь, что я сам не свой до творчества Кобзона ;)*

Эмодиконом отводится роль эмоций, необходимых для смыслообразования [Smith 2001: 253]. Наличие определенного социального статуса и признанного имиджа допускает широкое использование экспрессивных высказываний, а также директивов.

### 3.4. Конструирование личностной идентичности в электронном дневнике

Возможности для личностной идентификации наиболее полно представлены в тех сферах жизни общества, где приобретение социального статуса отходит на второй план. В киберпространстве такой сферой являются электронные дневники как «очень тесно переплетенное комьюнити, в котором полностью отсутствует иерархия» [Куриной 2004].

#### 3.4.1. Жанровые особенности электронного сетевого дневника

Электронный дневник (блог – от «Weblog»; живой журнал) – это гибридный жанр Интернета, объединяющий в себе черты других жанров киберпространства (чат, форум, гостевая книга, электронная почта), а так же тра-

диционные письменные формы. Целью любых дневниковых записей является не столько изложение каждодневных событий, сколько выражение своего отношения к ним. Описываемые события служат лишь фоном, основой для размышлений о жизни. Те же самые принципы верны и для электронных дневников, с той существенной разницей, что последние пишутся не «для себя», а ради признания себя Другими, поэтому в них всегда присутствует элемент саморекламы.

В Интернете существует множество ресурсов, предоставляющих возможности по размещению «блогов». Несмотря на частные различия, большинство электронных дневников предполагают наличие следующих основных составляющих:

- 1) информация об авторе дневника;
- 2) картинка пользователя (так называемый «юзер-пик» или «аватар»);
- 3) дневниковые записи («посты» или «постинги» - от английского «to post»), которые могут сопровождаться дополнительной информацией о душевном и эмоциональном состоянии автора в момент написания (например, значки настроения или сопровождающая музыка);
- 4) комментарии других членов сообщества к «постам»;
- 5) «френд-лента», позволяющая читать посты пользователей, добавленных в друзья.

Жанр электронного дневника характеризуется следующими свойствами.

1. *Автокоммуникация и диалогичность/полилогичность*: установка на автокоммуникацию и искренность дневника сочетается с его открытой адресованностью, предназначенностью для прочтения и обсуждения незнакомыми людьми. Если при создании обычного дневника субъектом и адресатом является один и тот же человек, в Интернет-дневнике эти роли исполняются разными людьми; блоги подпадают под класс средств коммуникации по модели «one to many» [Птица 2002].

2. *Жанровый и стилистический эклектизм «постингов».* Любой электронный дневник – это гибридный текст, включающий ссылки на другие Интернет-ресурсы, картинки и фотографии, вербальное творчество разных жанров и направлений. Стил ь автора может сильно разниться от одной записи к другой, в зависимости от тематики или интенций пишущего. Почти во всех блогах осуществляется попытка совмещения автобиографичности и фикциональности.

3. *Сочетание черт он-лайнового и офф-лайнового общения.* Один и тот же постинг может спровоцировать дискуссию в комментариях при одновременном нахождении пользователей он-лайн. С другой стороны, в отличие от чата, запись может оставаться доступной для чтения до тех пор, пока автор сам ее не удалит, что расширяет временные рамки получения отзывов на написанное.

4. *Широкое использование параграфемики.* При относительной стабильности структурных компонентов всех электронных дневников, допускается практически неограниченное творчество в его цветовом, шрифтовом и прочем оформлении.

5. *Гипертекстовая организация,* включающая ссылки на комментарии, ленту друзей, информацию о пользователе, другие блоги и так далее.

6. *Возможность коллективного авторства* в так называемых блогах-сообществах, которые внешне напоминают коллективные доски обсуждения [Куриной 2004].

7. *Отсутствие тематических ограничений.* В блогах пишут все и обо всем, создается эффект массовой журналистики, где «более не существует разделения на передающих и принимающих», «каждый человек является и журналистом (инженером, менеджером, дизайнером), и читателем (зрителем, покупателем, пользователем)» [Куриной 2005].

Как и многие другие жанры межличностной коммуникации в Интернете, электронные дневники привлекательны тем, что обеспечивают пользователям возможность «карнавального» общения. Человек выступает как сумма

производимых им текстов, поэтому «искания своего Я» неразрывно связаны с поисками новых путей письменного выражения желаемых личностных черт. Электронные дневники – благоприятная почва для создания социально признанного образа «Я» (ср. «self-made identity» - Эриксон 1996: 28-29).

#### 3.4.2. Стратегии самопрезентации в электронном дневнике на материале ресурса LiveJournal.com

В данной части исследования анализируются основные дискурсивные стратегии самопрезентации как важнейшего этапа процесса идентификации в блогах. Материалом для изучения послужили тексты открытых электронных дневников, представленных на самом популярном в России сервисе – LiveJournal.com (Живой Журнал – сокращенно ЖЖ).

Формирование идентичности в ЖЖ является хрестоматийным примером процесса идентификации личности в ходе социальной интеракции. В отличие от чата, где создание целостного образа «Я» затруднено сиюминутностью общения, и первостепенная важность отводится приобретению социального статуса, в электронных дневниках тексты статичны во времени, что делает возможным повторное возвращение к написанному с целью анализа и оптимизации дальнейших коммуникативных действий. ЖЖ – это мозаика, из отдельных элементов которой складывается целостное представление о личности пишущего персонажа. Личный электронный дневник можно рассматривать как совокупность самооценочных и эгоцентрированных высказываний. Не имея возможности видеть и слышать друг друга, пользователи охотно верят написанному, принимая автора таким, каким он хочет казаться, и вселяя в него комфортное ощущение того, что его «наконец признали таким, какой он есть».

«Карнавальность» электронных дневников создает благоприятную атмосферу для игр с идентичностью. Как известно, «чувство идентичности становится более необходимым (и более проблематичным) всюду, где бы ни

предусматривался широкий ряд возможных идентичностей» [Эриксон 1996: 259]. Из соблазна быть признанным в разных амплуа, пользователи нередко заводят несколько блогов и ведут их от лица разных персонажей. Таким образом, создается ряд альтернативных виртуальных личностей, каждая из которых по своей сути является «формой реализация поэтической стратегии самоизобретения» [Горный 2004]. В социальном взаимодействии, самоизобретение функционирует посредством саморепрезентации.

Традиционными формами саморепрезентации являются самовыражение (self-expression) и самописание (self-description). Но в то же время личность может быть охарактеризована кем-либо другим или через подборку материала, который она считает интересным или достойным внимания [Gorny 2003]. Все перечисленные формы саморепрезентации прослеживаются и в электронных дневниках.

Основными стратегиями **самописание** виртуального персонажа являются автобиография пользователя, список интересов, постинги, повествующие о жизненных событиях пишущего.

Под *автобиографией* традиционно подразумевается описание человеком своей жизни или тех ее событий, которые считаются им субъективно наиболее важными. В ЖЖ автобиографии представлены широким спектром самооценочных высказываний, часто совмещающих в себе вербальные и невербальные компоненты (рисунки, фотографии, ссылки на сайты Интернета). Поскольку передаваемая таким образом информация сопровождается «авторской интерпретацией» и «задает определенный формат восприятия говорящего» [Кашкина 2004: 47-48], автобиографии в ЖЖ призваны не столько сообщить о происшедших в жизни персонажа событиях или о присущих ему качествах, сколько показать, на каких сторонах своей личности пишущий акцентирует наибольшее внимание. Так, в приведенной ниже автобиографии, составленной в подчеркнуто документальном ключе по принципу гипертекста со ссылками на описания в сети упомянутых автором реалий, обозначается важность деловой и профессиональной жизни:

*Родился и живу на юге Москвы, в Орехово-Борисово, учился в обычной [школе 878](#), в старших классах – в [лицее 542/1511](#) при [МИФИ](#), потом – на кафедре АСВК факультета [ВМК МГУ](#). Шесть лет проработал в [МЦСТ](#) по контракту с [SUN Microsystems](#), тестировал и программировал на [Java/Jini](#) под [Solaris](#). Сейчас работаю программистом в московском отделении компании [Intel](#).*

Наоборот, следующее автобиографическое самописание, построенное на эффекте обманутого ожидания, акцентирует внимание на личностных качествах пишущего и настраивает на определенный стиль общения с ним:

*Прибалтийская скука, отсутствие любопытства, животная грация общения с женщиной, не омрачаемая приступами нежности, и воспитанная холодным морем изысканная вероломность в отношении всего неиспробованного. Впрочем, вру :)*

Распространенной является стратегия замены автобиографии пользователя цитатами и афористическими высказываниями, имплицитно характеризующими личность пишущего:

1) *Придуманный мною в детстве друг бросил меня, потому что его друзья считали, что я не существую;*

2) *...Покуда кровь по жилам, А не квас, течёт...*

Важной стратегией самописания является *список интересов* пользователя, которые вполне могут соответствовать настоящим интересам автора дневника. Однако не стоит забывать, что если для реального человека увлечения и пристрастия являются лишь штрихами к общему портрету его сложной личности, список интересов, представленный в ЖЖ, призван создать образ виртуального персонажа. В первом случае происходит лучшее понимание личности по ее интересам, во втором – формирование общего представления о персонаже. Осознавая важность данного аспекта саморепрезентации, многие пользователи максимально расширяют список своих интересов, включая в него мельчайшие подробности: наряду с интересами *музыка, литература, психология*, встречаются *томатный сок, ёжики, петь перед сном* и так далее.

Поскольку основной корпус электронных дневников представлен собственными записями автора, большая доля самописания приходится на *постинги*, либо напрямую описывающие виртуального персонажа, либо характеризующие его косвенно через передаваемые им события и факты. В первом



случае записи могут делаться как от имени пишущего, так и упоминать его в третьем лице:

*Как же я хочу плейер! Еще никто не придумал лучшего средства для одиночества в толпе...*

*Чувствую себя как Киса Салли в пещере Снежного человека. Только Майк Возовки не лупит по мне мороженым.*

*Это тоже начало нового дня.*

*Лиса, давно ты чувствовала себя такой идиоткой? По-моему 5,5 лет назад, когда пришла в Прагматику... Давай, дерзай.*

В отличие от самоописания, **самовыражение** в ЖЖ носит более символический характер и связано с различными аспектами творчества, важной частью которого является оформление журнала. Автор дневника выбирает себе не только имя (ник), но и придумывает название журнала. Как ник, так и название могут содержать аллюзию на авторскую концепцию дневника:

*Эвридичка (ник), «Театр одной актрисы» (название);*

либо выступать символами личностной идентичности пишущего персонажа:

*Лесной Житель (ник), «...в пыльный облак канув, стиснув намертво крыла, всё поспавши на Х..» (название).*

Обязательным элементом ЖЖ является картинка пользователя (аватар), рисуночное или фотографическое изображение, с которым хочет ассоциироваться автор [Suler 1999]. Как известно, изображение более императивно, чем письмо, «оно навязывает свое значение целиком и сразу, не анализируя его, не дробя на составляющие части» [Барт 1989: 74]. «Аватар» сразу бросается в глаза и настраивает на определенное восприятие пишущего персонажа. Так, подчеркнутая мужественность или женственность образа на картинке может указывать (хотя и не всегда) на пол автора; изображения отдельных частей тела имеют эротический подтекст, а фотографии известных личностей предполагают соответствующее восприятие пишущего, основанное на ассоциации по сходству. Картинкой пользователя может служить и

фотография самого пользователя, хотя в условиях анонимности киберпространства достоверность изображения не всегда возможно проверить.

В распоряжении пользователя может находиться до трех и более (при оплате дополнительных возможностей ресурса) «аватаров». Выбор той или иной картинки пользователя в каждом конкретном случае отвечает интенции пишущего. В контексте соотношения вербальной составляющей дневниковых записей и сопутствующих ей аватаров уместно говорить о понятии текстовой модальности – «категории, включающей самые разные виды квалификации сообщаемого, в том числе наряду с субъективной (эмоциональной, положительной, отрицательной и др.) объективную (логическую, интеллектуальную и др.) оценку содержания текста» [Анисимова 2003: 30]. Совпадение или, наоборот, конфликт модальных ключей вербального текста постингов и аватаров, содержат подсказки к правильному пониманию того, что хотел сказать автор.

Среди прочих паралингвистических средств, способствующих самовыражению персонажа, следует отметить цветовое решение в оформлении дневника. Символика и психология цвета давно изучается, а результаты исследований применяются как в рекламе, так и в дизайне интерьеров. Цвету отводится ведущая роль в создании атмосферы электронного дневника, который чисто зрительно может быть охарактеризован как теплый или холодный, располагающий или отталкивающий, спокойный или агрессивный и так далее. Примечательно, что модальные ключи общей концепции блога и его цветового оформления чаще всего совпадают: трудно найти полный оптимизма, жизнеутверждающий дневник, написанный кроваво-красными буквами на черном фоне.

Постинги часто содержат творческие работы автора дневника: стихи, прозу, фотографии. Привлекательность ЖЖ заключается в немедленной реакции других членов сообщества на творческое самовыражение персонажа.

Мы уже неоднократно подчеркивали важность интеракции при идентификации личности. Этот принцип наглядно представлен в ЖЖ в виде стра-

тегии комментирования постингов. Если рассматривать постинг как локутивный акт, то в интенции говорящего будет заключаться его иллюкутивная сила, а воздействие, оказанное постингом и вербализованное в комментариях к нему, будет являться перлокуцией. Анализ перлокуции, то есть изменений в состоянии или поведении читателей, их ответной реакции на прочитанное, позволяет оценить восприятие Другими тех черт своего «Я», которые инференционно выводимы из написанного. Рассмотрим последовательность комментариев к фотографии автора одного из дневников (в примере слова автора выделены жирным шрифтом):

- *класные фотки :)*
- *мерси)*
- *Жалко ч/б... Хотя - стиль, я понимаю...*

*А так, фотки - супер... :)*

- *эх, ты..в черно-белости - вся соль!*

*они потому и "супер", что черно-белые..ну и, конечно, благодаря мастерству фотографа и безупречности моделей%)))*

- *Ни один пункт не ставлю под сомнение... :)*
- *Вы, мон ами, прелестны, и ваш рыцарь- тоже!!*

*Шарман.*

*ЗЫ. Посинела от зависти и пошла грызть локти))*

- *А ещё прелестней они вместе :)*

*Приятного аппетита :)))*

- *спасибо, спасибо..только локти, чур, оставить в покое!%)))*
- *Ох ётить Вашу мать! :)))*
- *что, прям вот так вот совсем?..%)))*
- *Аха..*
- *хм..это было восхищение, сожаление или знак протеста? :-))*
- *Я балдею с тебя, Зелёный :)))*

При социальном взаимодействии человек всегда стремится к признанию Другими своего желаемого, «позитивного лица». Получение одобри-тельных комментариев на постинг является показателем подобного призна-ния, поэтому многие авторы дневников стараются ориентироваться на чита-

теля, писать на бесприкрытые по интересности темы [Blood 2003]. Комментирование записей своих друзей нередко является формулой вежливости, так называемым «поглаживанием – актом признания присутствия другого человека» [Берн 2001: 9]. В качестве вознаграждения комментирующий может рассчитывать на ответное «поглаживание» и, следовательно, признание своего «позитивного лица». Взаимное провоцирование на «поглаживания» удовлетворяет потребности идентификации обеих сторон, что превращает ЖЖ в «оазис счастья и комфорта» [Куриной 2004].

### 3.5. Моделирование идентичности в электронной коммуникации

На заключительном этапе исследования произведена попытка построения модели идентичности в электронной коммуникации (см. рис.2).

В модели отражены три ключевых аспекта идентичности в киберпространстве – языковой, личностный и социальный. Идентичность, понимаемая как ответ человека на вопрос «Кто я?», находится в области пересечения этих трех сфер – зона «И». Поскольку за любым виртуальным персонажем стоит реальный человек, идентификация в киберпространстве является одним из аспектов идентификации реальной личности. Формирование идентичности в электронной коммуникации начинается с осознания пользователем потребности (зона «П») в признании Другими определенного набора его личностных качеств или социального статуса. В рассматриваемой нами письменной электронной коммуникации способности человека к речепроизведению на языке киберпространства (то есть Языковая Личность – зона «Я.Л.») играют первостепенную роль, поскольку влияют на выбор средств речевой саморепрезентации индивида. Этап выбора средств и стратегий соответствует зоне «С» на рисунке.

Социальная идентификация в киберпространстве предполагает приобретение статуса в рамках какого-либо пользовательского сообщества (например, чата). С помощью выбранных средств, осуществляется социальное

взаимодействие виртуальных персонажей, во многом основанное на наличии обобщенных ментальных репрезентаций о типичных линиях поведения и их соотнесенности с тем или иным типом личности. В ходе социального взаимодействия за виртуальным персонажем признается некий социальный статус. Анализ полученного статуса и соотнесение реального результата взаимодействия с желаемым способствует созданию дополненной идентичности и помогает сделать выводы относительно дальнейших взаимодействий.

Личностная идентификация происходит по той же общей схеме, что и социальная, но на этапе взаимодействия с другими пользователями главная роль отводится саморепрезентации, в ходе которой осуществляется демонстрация «положительного лица». Анализ и оценка реакции других пользователей также дополняет образ «Я».

Предложенная модель акцентирует роль Других («Д») при формировании как личностной, так и социальной идентичности. При этом не следует забывать, что в силу специфики киберпространства как среды общения, в роли Других выступают не реальные люди, а виртуальные персонажи, которые в свою очередь, тоже стремятся к признанию своего «положительного лица». При таком взаимодействии «масок» охотно соблюдается принцип коммуникативного сотрудничества, проявляющийся в поддержании «лица» Другого и ожидании схожих ответных действий.

Анализ результатов происходит в зоне пресечения социальной и личностной сфер с языковой сферой, что соотносится с мыслеформирующей функцией языка. Полученная в результате идентичность включает и дополненный образ языкового «Я», отражающий процесс развития языковой личности пользователя.

В представленной модели показано, что идентичность является не конечным, а лишь промежуточным результатом непрерывного процесса идентификации.

Рис. 2. Модель идентичности в электронной коммуникации

Понимая, что любая модель характеризуется определенной долей абстракции, и признавая, что «метафоризм, когда он выступает под маской моделей и научных определений, особенно коварен» [Лотман 1992: 33], мы, тем не менее, считаем, что предложенная нами модель дает общее представление об идентичности в киберпространстве и отражает ее *осознанный* и *динамичный* характер.

### Выводы по Главе 3

Любое социальное взаимодействие происходит в социально-культурных сценах, с учетом типичных для них коммуникативно-дискурсивных практик и представлений коммуникантов об уместности использования этих практик. Поскольку межличностное общение в киберпространстве осуществляется в письменной форме, а также в связи с явлением «текстоцентричности» при восприятии личности в Интернете, мы считаем целесообразным рассматривать жанры электронной коммуникации в качестве социально-культурных сцен.

Принимая за определение жанра общепринятый способ языковой коммуникации, исторически и культурно оформленный образец организации текста, мы, прежде всего, различаем жанры киберпространства по степени интерактивности и массовости коммуникации. Наиболее интерактивные и массовые жанры, такие как чат, являются благоприятной средой для конструирования социальной идентичности.

Конструирование социальной идентичности в чате как особой социальной общности включает следующие этапы: 1) выбор ника-прозвища; 2) использование фатических практик, чтобы быть замеченным другими участниками общения; 3) вызов интереса в своей (виртуальной) личности; 4) общественное признание; 5) узнавание; 6) приобретение авторитета. По мере прохождения этих этапов осуществляется переход виртуальной личности из

статуса «новичка» в «старичка» или «старожила». В языковом отношении этот процесс характеризуется постепенным отказом от широкого употребления параграфемики (ярких цветов, шрифтов и других средств), предпочтением кратких форм изложения мыслей, более мотивированным использованием эмодиконов, большей развитостью языковой личности в отношении к особому языку киберпространства.

Другим важным аспектом идентичности в киберпространстве является личностная идентичность, формирование которой рассмотрено нами на примере жанра электронных дневников. Саморепрезентация виртуального персонажа в блогах осуществляется либо прямо (самоописание), либо косвенно (самовыражение). Так или иначе, весь корпус записей в электронном дневнике можно рассматривать как эгоцентрированные и самооценочные высказывания, из которых инференционно выводимо знание о тех качествах пишущего, которые он намерен представить как «свои».

Карнавальский характер общения как в чатах, так и в блогах позволяет репрезентировать различные стороны своего реального или желаемого «Я», создавать ложные идентичности через множество виртуальных персонажей. Таким образом, социальная и личностная идентификация в электронной коммуникации – это сознательный творческий процесс, главная роль в котором отводится средствам репрезентации, то есть умению человека порождать высказывания на языке киберпространства.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящем диссертационном исследовании предпринята попытка анализа лингвистического и семиотического аспектов социально-психологического процесса идентификации личности в киберпространстве. *Идентичность в электронной коммуникации* определяется нами как коммуникативно конструируемая сущность, промежуточный результат непрерывного процесса идентификации, осуществляемой посредством сравнения *желаемых* аспектов своего «Я» с *желаемыми* аспектами «Я» Других.

Коммуникативное пространство в сети Интернет характеризуется рядом свойств, в том числе диссоциативной анонимностью и невидимостью коммуникантов, минимизацией реального авторитета общающихся. Это значительно облегчает вступление в социальную интеракцию за счет эффекта «раскрепощения». Высокая обезличенность и текстоцентричность письменной компьютерной коммуникации открывает широкие возможности для игр с идентичностью, позволяющих человеку добиваться иллюзии общественного признания образа его желаемого «Я».

Становление идентичности происходит в ходе социального взаимодействия, в рамках которого принято выделять типичные ситуации общения, так называемые социально-культурные *сцены*. В контексте общения по сети Интернет, такими сценами являются *жанры* межличностной коммуникации киберпространства.

Поскольку идентификация в киберпространстве является одним из аспектов самопознания реального человека, а Интернет – не просто средством общения, а самостоятельной коммуникативной средой, конструирование идентичности в электронной коммуникации происходит одновременно в трех отношениях: личностном, социальном и языковом. Попытка отобразить соотношение названных аспектов в ходе идентификации личности в киберпространстве представлена в виде модели, описанной в третьей главе настоящего исследования.

Важность *языкового* аспекта обусловлена, с одной стороны, ведущей ролью языка в осуществлении социального взаимодействия в киберпространстве и, с другой стороны, наличием особых средств и норм электронной коммуникации. Вводится понятие *языка киберпространства* как некой языковой системы, обслуживающей сферу межличностной электронной компьютерной коммуникации. Подробный лингвистический и семиотический анализ языка компьютерного общения позволил сделать вывод о наличии специфических элементов на всех его уровнях, а также выделить дополнительный *параграфический* уровень. В лексическом отношении язык киберпространства характеризуется массовым заимствованием англоязычных элементов и англицизмов. Словообразовательные процессы, а также жаргонизация, арготизация, стилистическое и жанровое деление лексических единиц свидетельствуют о динамичном и вполне самостоятельном характере этого уровня.

Широко распространенными и наиболее интересными со знаковой точки зрения новшествами параграфического уровня являются акронимы и эмодзи, составляющие графическую норму письменного компьютерного дискурса. В ходе контекстно-интерпретационного анализа были выделены основные семиотические характеристики названных знаков. Понимая под мотивированностью любую видимую обусловленность знака, мы пришли к выводу о тенденции к утрате акронимами и эмодзи их первоначальной мотивированности во всех трех семиотических аспектах. В то же время, если под прагматической мотивированностью понимать обусловленность выбора того или иного знака при порождении речи, акронимы и эмодзи безусловно мотивированы упрощением воздействия на эмоциональную сферу адресата. Нами была также прослежена и продемонстрирована способность акронимов и эмодзи вступать в различные семантические, синтаксические и прагматические отношения, что является показателем естественного развития языка электронного общения.

Освоение человеком языка киберпространства происходит постепенно и сопровождается аккультурацией, интеграцией в субкультурную группу

пользователей сетью Интернет. Таким образом, развитие языковой личности пользователя является неотъемлемой частью его идентификации.

Конструирование *социальной* идентичности осуществляется в рамках различных виртуальных сообществ (например, чатов), характеризующихся сильной условной социальной стратификацией пользователей. В ходе включенного лингвистического наблюдения и дискурс-анализа скриптов разговоров в чатах нам удалось выделить основные этапы становления социальной идентичности на примере упомянутого жанра. Переход виртуальной личности из статуса «новичка» в «старичка» или «старожила» чата осуществляется по мере прохождения следующих этапов: 1) выбор ника-прозвища; 2) использование фатических практик, чтобы быть замеченным другими участниками общения; 3) вызов интереса к своей (виртуальной) личности; 4) общественное признание; 5) узнавание; 6) приобретение авторитета. В отношении коммуникативных средств, это «продвижение по социальной лестнице» характеризуется постепенным уменьшением используемой параграфемии (в том числе отказом от ярких цветов и шрифтового оформления), подчеркнутым соблюдением Постулата Качества и выбором в пользу кратких форм изложения мысли, более мотивированным использованием эмотиконов и акронимов, а также большей развитостью языковой личности.

Как и в реальной жизни, в киберпространстве возможности для *личностной* идентификации наиболее полно представлены в тех жанрах, где приобретение социального статуса отходит на второй план. В настоящем исследовании мы проанализировали основные стратегии саморепрезентации личности на примере жанра электронных дневников. Нам удалось выделить два основных способа конструирования личностной идентичности в киберпространстве: прямой (самоописание) и косвенный (самовыражение). В основе прямого способа лежит использование высокореферентных эгоцентрированных высказываний. Самовыражение, в свою очередь, характеризуется акцентом на инференционность знаний о личности пользователя и основывается на ментальных представлениях о типичных ситуациях социально-

коммуникативного взаимодействия. Основной формой косвенной саморепрезентации является творчество пользователя: стихи, фотография, дизайн личной странички и так далее. В последнем случае особое значение отводится соотношению модальных ключей вербальной и невербальной составляющих электронного дневника.

Новизна и крайне малая изученность языковых аспектов анализируемого феномена предполагают широкие перспективы исследования, которые могут быть связаны с изучением символов национальной, половой, возрастной и других видов идентичности в киберпространстве. Особый интерес представляет изучение идентичности в менее интерактивных жанрах коммуникации в Интернете, таких как электронная почта, форум, гостевые книги. Возможно исследование особенностей конструирования идентичности в различных лингвокультурах на материале иноязычных ресурсов сети Интернет.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Аветян Э.Г. Мера знаковости языка // Проблемы мотивированности языкового знака. – Калининград: Калинингр. гос. ун-т, 1976. – С.11-19.
2. Андреев А. А. Компьютерная жаргонная лексика. – 2002. – <http://www.sasha-int.narod.ru/compargo.html>
3. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.
4. Анисимова Е.Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. – 1992. – №1. – С.71-78.
5. Апресян Ю.Д. Перформативы в грамматике и словаре // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1986. – Т. 45, № 3. – С.208-223.
6. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Мотивация пользователей Интернета. – 2005(b). – <http://ncdo.levsha.ru/Pub/020D.txt>
7. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Социальная и демографическая динамика общества пользователей компьютерных сетей. – 2005(a). – <http://ncdo.levsha.ru/Pub/017D.txt>
8. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования). – Л.: Просвещение, 1981. – 295 с.
9. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 517 с.
10. Арутюнова Н.Д. Прагматика // Языкознание. Большой энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998(b). – С.389-390.
11. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл. – М.: Наука, 1976. – 383 с.
12. Арутюнова Н.Д. Референция // Языкознание. Большой энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998(a). – С.411-412.
13. Баранникова Л.И. Вариативность языковых систем и проблема мотивированности // Проблемы мотивированности языкового знака. – Калининград: КГУ, 1976. – С.100-109.

14. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
15. Барт Р. Фрагменты речи влюбленного. – М.: Ad Marginem, 1999. – 432 с.
16. Бахтин М.М. Фрейдизм. Формальный метод в литературоведении. Марксизм и философия языка. – М.: Лабиринт, 2000(b). – 640 с.
17. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
18. Бахтин М.М. Собрание сочинений. – Том 5: Работы 1940-х – начала 1960-х годов. – М.: Русские словари, 1996. – 730 с.
19. Бахтин М.М. Эпос и роман. – СПб.: Азбука, 2000(a). – 304 с.
20. Баш Л. М. Дифференциация термина «заимствование»: хронологический и этимологический аспекты // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 9: Филология. – 1989. – № 4. – С.22–34.
21. Безруков В.И. К проблеме знака. – Тюмень: Тюменский гос. ун-т, 1975. – 99 с.
22. Белл Р.Т. Социоллингвистика: цели, методы и проблемы. – М.: Международные отношения, 1980. – 318 с.
23. Беляева Т. М., Хомяков В. А. Нестандартная лексика современного английского языка. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1985. – 136 с.
24. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М.: Academia-Центр: Медиум, 1995. – 322 с.
25. Бердяев Н. А. Самопознание. – М.: ЗАО Изд-во ЭКСМО-Пресс; Харьков: Изд-во Фолио, 1999. – 624 с.
26. Берн Э. Игры, в которые играют люди. – Екатеринбург: ЛИТУР, 2001. – 576 с.
27. Блохина Е. Исследование специфики межличностного общения с виртуальным собеседником. – 2002. – <http://flogiston.ru/articles/netpsy/blohina>
28. Богданов В.В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1990. – 87 с.

29. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов. Автореф. дис. ... док. филол. наук. – Л., 1984 (а). – 30 с.
30. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов. Дис. ... док. филол. наук. – Л., 1984 (b). – 355 с.
31. Вахромов Е.Е. Проблема человека: самость и Я в психологии // Мир психологии. – 2002. – №2. – С.30–44.
32. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М.: Рус. яз., 1990. – 246 с.
33. Вернибуд А. Русский язык: Новый русский язык, нах. – 2005. – <http://www.runewsweek.ru/theme/?tid=16&rid=215>
34. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Пер. с англ. и нем.; ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.
35. Войскунский А.Е. Коммуникативный контакт и средства его установления // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С.128-152.
36. Волошинов В.Н. Философия и социология гуманитарных наук. – СПб.: Аста-пресс, 1995. – 388 с.
37. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. – 2001.– №1. – С.64–72.
38. Гак В.Г. Сопоставительная лексикология. – М.: Международные отношения, 1977. – 264 с.
39. Галичкина А.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках. Дис. ... канд. филол. наук. – Астрахань, 2001. – 212с.
40. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 137 с.
41. Горный Е. Онтология виртуальной личности. – 2004. – <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/ovr.html>
42. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – М., 1985. – С.217-237.

43. Гречихин А.А., Здоров И.Г. Информационный обзор: Современная теория и практика // Жанры информационной литературы: Обзор. Реферат /А.А. Гречихин, И.П. Здоров, В.И. Соловьев. – М.: Книга, 1983. – 320 с.
44. Гриб И. П. Проблема взаимосвязи образа и знака. – Минск: Наука и техника, 1978. – 166 с.
45. Гринев С.В. К уточнению некоторых понятий семиотики // Филологические науки. – 1997. – №2. – С.67-75.
46. Гришаева Л.И. Аккультурация как трансформация оппозиции «Свой-Чужой» в оппозицию «Свой-Другой» // Коммуникативные исследования 2003: Современная антология / Под ред. проф. О.А. Леонтович. – Волгоград: Перемена, 2003. – 288 с.
47. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации: Учебное пособие. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2003. – 369 с.
48. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации: Учебное пособие. – 2-е изд., дополн. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2004. – 424 с.
49. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Сб. работ / Под ред. В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
50. Дементьев В.В. Фатические речевые жанры // Вопросы языкознания. – 1999. – №1. – С.37-55.
51. Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология: Учебное пособие для высших учебных заведений. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
52. Донец П.Н. Основы общей межкультурной коммуникации: научный статус, понятийный аппарат, языковой и неязыковой аспекты, вопросы этики и дидактики. – Харьков: Штрих, 2001. – 386 с.
53. Емелин В. Глобальная сеть и киберкультура. – 2005. – [http://www.geocities.com/emelin\\_vadim/cyberpunk.htm](http://www.geocities.com/emelin_vadim/cyberpunk.htm)
54. Ефремов Л. П. Основы теории лексического калькирования: Учебное пособие. – Алма-Ата: КазГУ, 1974. – 191 с.



55. Жичкина А.Е, Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. – 1999. – <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>
56. Жичкина А.Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. – 1999. – <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>
57. Журавлев А.П. Типы значений слова и их мотивированность // Проблемы мотивированности языкового знака. – Калининград: Калинингр. гос. ун-т, 1976. – С.20-25.
58. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1989. – 124 с.
59. Звегинцев В.А. Предложение и его отношение к языку и речи. – М.: Наука, 1976. – 311с.
60. Зильберт Б.А. Система знаков языка, их значение и мотивированность. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1978. – 88 с.
61. Иващенко А.Н., Агапов В.С., Барышникова И.В. Проблемы Я-концепции личности в отечественной психологии // Мир психологии. – 2002. – №2. – С.17-30.
62. Истрин В.А. Возникновение и развитие письма. – М.: Наука, 1965. – 600 с.
63. Исупов К.Г. Лик – Лицо – Личина. – 2004. – <http://velikanov.ru/culturology/1.asp#BM11018>
64. Каган М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. – М.: Политиздат, 1988. – 319 с.
65. Кант И. Сочинения. В 6-ти томах. – Том 3. – М.: Мысль, 1964. – 800 с.
66. Карасик В.И. Оценочная мотивировка, статус лица и словарная личность // Филология. – Краснодар, 1994. – № 3. – С.2-7.
67. Карасик В.И. Язык послеписьменной эры // Языковая личность: проблемы семантики и прагматики. – Волгоград: РИО, 1997. – С.141-154.
68. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: ИЯЗ; Волгоград: Перемена, 1992. – 329 с.

69. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 262 с.
70. Кашкина О.В. Я-концепт сквозь призму самооценочных высказываний // Вестник ВГУ, Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – Воронеж: ВГУ. – 2004. – №1. – С.47-53.
71. Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. – 1994. – №5. – С.126-139.
72. Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Формирование идентичности в российской провинции. – М., Ярославль: Институт психологии РАН, 2001. – 152 с.
73. Кияк Т.Р. О видах мотивированности лексических единиц // Вопросы языкознания. – 1989. – №1. – С.98-107.
74. Ключанов И.Э. Структура и функции параграфемных элементов текста. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 1983. – 18 с.
75. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика: Учебник. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.
76. Кодухов В.И. Общее языкознание. – М.: Высшая школа, 1987. – 303 с.
77. Колосов С.А. Конструирование социальной ненависти в дискурсе: Дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2004. – 156 с.
78. Колшанский Г.В. Паралингвистика. – М.: Наука, 1974. – 81 с.
79. Конецкая В.П. Социология коммуникации. – М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Упр., 1997. – 302 с.
80. Коршунов А.М., Мантатов В.В. Теория отражения и эвристическая роль знаков. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1974. – 214 с.
81. Костецкая А.Г. Сленг в речи студентов Гарвардского университета в романе Эрика Сигала “The Class” // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. – Волгоград: Перемена, 2001. – С.181-188.
82. Котова О. Е. Структура и семантика английского компьютерного жаргона. – 2002. – <http://www.isuct.ru/etc/antropos/section/3/kotova.htm>

83. Кочетова Л.А. Коммуникативные стратегии в англоязычном рекламном дискурсе // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. – Волгоград: Перемена, 2001. – С.133-141.
84. Крысин Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык в школе. – 1994. – № 6. – С.56-63.
85. Кубрякова Е.С. Возвращаясь к определению знака // Вопросы языкознания. – 1993. – №4. – С.18-28.
86. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений: семантика производного слова. – М.: Наука, 1981. – 200 с.
87. Кузьменко Н.А. Структура языковой личности в дискурсе новых научных парадигм // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. – Волгоград: Перемена, 2001. – С. 220-224.
88. Куринной И. Конец массы? – 2004. – [http://www.ng.ru/internet/2004-11-12/11\\_massa.html](http://www.ng.ru/internet/2004-11-12/11_massa.html)
89. Куринной И. Россия в лирике блога. – 2005. – <http://2005.novayagazeta.ru/nomer/2005/25n/n25n-s30.shtml>
90. Кушнир А. Чат как драма. – 2005. – <http://www.litera.ru/slova/teoriya/kushnir.html>
91. Лейбов Р. О гестбуках. – 1999. – [http://www.litera.ru/slova/gorny/eg\\_gb.html](http://www.litera.ru/slova/gorny/eg_gb.html)
92. Лейбов Р. Язык рисует Интернет. – 2005. – <http://www.gagin.ru/internet/4/9.html>
93. Леонтович О.А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград: Перемена, 2000. – С.191-200.
94. Леонтович О.А. Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию. – Волгоград: Перемена, 2003. – 398 с.
95. Лихолитов П. В. Компьютерный жаргон // Русская речь. – 1997. - № 3. – С. 43-49.

96. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. – М.: Искусство, 1976. – 367 с.
97. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. – М.: Гнозис; Изд. Группа «Прогресс», 1992. – 272 с.
98. Лэнг Р. Расколотое «Я». – М.: Академия; СПб.: Белый Кролик, 1995. – 350 с.
99. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. – Тверь: ТГУ, 1998. – 200 с.
100. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
101. Макаров М.Л. Речевая коммуникация в группе: дискурсивное конструирование социальной идентичности // Эссе о социальной власти языка/ Под общ. ред. Л.И. Гришаевой. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – С.30-36.
102. Макаров М.Л. Языковое общение в малой группе. Дис. ... док. филол. наук. – Тверь, 1997. – 443 с.
103. Малахов В.С. Неудобства с идентичностью // Вопросы философии. – 1998. – №2. – С.43-53.
104. Маслов Ю.С. Введение в языкознание: Учеб. для филол. спец. вузов. – 3-е изд., испр. – М.: Высшая школа, 1998. – 272 с.
105. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2001. – 208 с.
106. Меграбян А. Психодиагностика невербального поведения. – СПб.: Речь, 2001. – 256 с.
107. Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика. – М.: АО «Аспект-Пресс», 1994. – 207 с.
108. Минский М. Фреймы для представления знаний. / Пер. с англ. – М.: Энергия, 1979. – 152 с.
109. Моррис Ч.У. Основания теории знаков // Семиотика. – М.: Радуга, 1983. – С.5-37.

110. Мочалина К.Н. Мотивированность, условность и произвольность языкового знака // Язык в мультикультурном мире. – Самара: Изд-во Самарского ун-та, 1999. – С.208-209.
111. Налимов В.В. Вероятностная модель языка. О соотношении естественных и искусственных языков. – М.: Наука, 1979. – 304 с.
112. Нестеров В., Нестерова Е. Карнавальная составляющая как один из факторов коммуникативного феномена чатов. – 2005. – <http://ncdo.levsha.ru/Pub/044D.htm>
113. Николаева Т.М., Успенский Б.А. Языкознание и паралингвистика // Лингвистические исследования по общей и славянской типологии. – М.: Наука, 1966. – С.63-74.
114. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17: Теория речевых актов. – М., 1986. – С.22-164.
115. Падучева Е.В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью: референциальные аспекты семантики местоимений. М.: Наука, 1985. – 271 с.
116. Пелевина Н.Ф. Языковая и внеязыковая мотивировка семантики языкового знака // Проблемы мотивированности языкового знака. – Калининград: Калинингр. гос. ун-т, 1976. – С.35-40.
117. Перлз Ф.С. Эго, голод и агрессия. – М.: Смысл, 2000. – 358 с.
118. Петрова А.А. Дисциплинарный дискурс социологии интернета. – 2005. – <http://knowledge.isras.ru/sj/sj/sj4-03pet.html>
119. Пирс Ч.С. Логические основания теории знаков. – СПб.: Алетейя, 2000. – 352 с.
120. Пичкур А.И. Коммуникация в интернете: лингвистический аспект // Язык в мультикультурном мире. – Самара: Изд-во Самарского ун-та, 1999. – С.86-88.
121. Познин В.Ф. От пиктограммы до Интернета. Краткий очерк развития средств информации и коммуникации. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2001. – 115 с.

122. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1997. – 24 с.
123. Попов Н. «Онегин, добрый мой приятель...». – 2001-2004(a). – <http://redeyes.ru/chapter1/ch1nicknames/ch1nicknames.shtml>
124. Попов Н. Bandiera rossa? О колористике в чате и на форуме. – 2001-2004(b). – <http://redeyes.ru/chapter1/ch1bandiera/ch1bandiera.shtml>
125. Почепцов Г.Г. Коммуникативные аспекты семантики. – Киев: Вища шк. Изд-во при Киев. ун-те, 1987. – 129 с.
126. Провоторов В.И. Речевой жанр как функциональная норма организации содержания и языка произведения // Картина мира и способы ее репрезентации. – Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2003. – С.89-93.
127. Птица А. Дневники, "Живой Журнал", блоги и все, все, все. – 2002. – <http://itc.ua/print.phtml?ID=10097>
128. Пушкин А.А. Способ организации дискурса и типология языковых личностей // Язык, дискурс, личность. – Тверь: ТвГУ, 1990. – С.50- 60.
129. Рахманин В.С. Социальные проблемы языка в современном мире // Эссе о социальной власти языка / Под общ. ред. Л.И. Гришаевой. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – С.13-21.
130. Романов А. А. Политическая лингвистика: Функциональный подход. – Москва-Тверь: ИЯ РАН, ТвГУ, 2002. – 191 с.
131. Романов А.А. Прагматические особенности перформативных высказываний // Прагматика и семантика синтаксических единиц. – Калинин: КГУ, 1984. – С.86-92.
132. Романов А.А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М.: Ин-т. языкознания АН ССР, 1988. – 183с.
133. Ромашевская Н.М., Галецкий В.Ф. Население и глобализация. – М.: Наука, 2002. – 322 с.
134. Рот Ю., Коптельцева Г. Встречи на грани культур. – Калуга: Полиграф-Информ, 2001. – 185 с.

135. Рощин С.К. Социальная установка личности // Социальная психология. – М.: ПЭРСЭ, 2002. – С.87–94.
136. Салливан Г.С. Интерперсональная теория в психиатрии. – СПб.: Ювента, 1999. – 345 с.
137. Седов К.Ф. Анатомия жанров бытового общения // Вопросы стилистики: Человек и текст. – Вып. 27. – Саратов: Изд-во Саратов. Ун-та, 1998. – С.9-20.
138. Сёрль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17: Теория речевых актов. – М.,1986 (b). – С.170-194.
139. Сёрль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17: Теория речевых актов. – М.,1986(a). – С.151-169.
140. Скорик П.Я. Инкорпорация // Языкознание. Большой энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С.193.
141. Скребнев Ю.М. Введение в коллоквиалистику. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1985. – 211 с.
142. Слобожанина Н.А. Импорт концептов во французском языке (на материале современной прессы Франции и Канады) // Вестник института иностранных языков. – Самара: СГУ, 2004. – № 5. – С.77-86.
143. Смирнов Ф. О. Языковая и коммуникативная агрессия в Рунете. – 2005. – <http://psynet.carfax.ru/texts/smirnov6.htm>
144. Соколов А.В. Метатеория социальной коммуникации. – СПб.: Российская национальная библиотека, 2001. – 352 с.
145. Солнцев В.М. Язык как системно-структурное образование. – М.: Наука, 1977. – 344 с.
146. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С.180-186.
147. Соснин В.А. Я-концепция как социально-психологический феномен // Социальная психология. – М.: МЭРСЭ, 2002. – С.94-102.
148. Соссюр Ф. де Труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1977. – 696 с.

149. Степанов Ю.С. Семиотика // Языкознание. Большой энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С.440-442.
150. Степанов Ю.С. Семиотическая структура языка: Три функции и три формальных аспекта языка // ИАНСЛЯ, 1973. – Т.32. – Вып.4. – С.340-355.
151. Стросон П.Ф. Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17: Теория речевых актов. – М., 1986. – С.130-150.
152. Сусов И.П. Введение в теоретическое языкознание. – 2003. – <http://homepages.tversu.ru/~ips/LongFak.1htm>
153. Сусов И.П. О двух путях исследования содержания текста // Значение и смысл речевых образований. – Калинин: КГУ, 1979. – С.90-103.
154. Сусов И.П. Семантика и прагматика предложения. – Калинин: КГУ, 1980. – 51 с.
155. Сусов И.П. Семиотика и лингвистическая прагматика // Язык, дискурс, личность. – Тверь: ТГУ, 1990. – С.45-50.
156. Сухих. С.А., Зеленская В.В. Репрезентативная сущность личности в коммуникативном аспекте реализаций: Учеб. Пособие. – Краснодар : Изд-во Кубан. гос. ун-та , 1997. – 71 с.
157. Тойнби А. Дж. Цивилизация перед судом истории: Сборник / Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2003. – 592 с.
158. Торсуева И.Г. Контекст // Языкознание. Большой энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С.238-239.
159. Травин А. Виртуальная коммуникация как синтез письменной и устной речи // Мир Internet. – 1999. – №7 – 8. – С.57-61.
160. Турецкий Д. Поговорим о сленге. – 2002. – [http://www.gazeta.ru/15\\_04\\_02.htm](http://www.gazeta.ru/15_04_02.htm)
161. Ульман С. Семантические универсалии // Новое в лингвистике. Вып. 5. – М., 1970. – С.250-293.



162. Федорова Е. Глобальный язык как глобальный вызов. – 2001. – [http://www.mschools.ru/30\\_05\\_01\\_3.htm](http://www.mschools.ru/30_05_01_3.htm)
163. Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. – 1997. – №5. – С.102-120.
164. Федотова А.Н. Социология массовой коммуникации. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 238 с.
165. Филиппов К.А. Лингвистика текста и проблемы анализа устной речи. – Л.: ЛГУ, 1989. – 96 с.
166. Фреге Г. Смысл и денотат // Семиотика и информатика. – Вып. 8. – М., 1977. – С.181-210.
167. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении. – 2001. – <http://flogiston.ru/articles/netpsy/frindte>
168. Хаймс Д.Х. Этнография речи // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.7. – М., 1985. – С.42-95.
169. Холл К., Линдсей Г. Теории личности. – 1997. – <http://psylib.org.ua/books/holli01>
170. Хомяков В.А. Некоторые типологические особенности нестандартной лексики английского, французского и русского языков // Вопросы языкознания. – 1992. – №3. – С.94-105.
171. Хотинец В. Ю. Этническая идентичность и толерантность. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002. – 121 с.
172. Хьелл Л., Зилгер Д. Теории личности. – Спб.: Питер, 2001. – 608 с.
173. Ценев В. Психология рекламы. – М.: Бератор, 2003. – 195 с.
174. Чахоян Л.П., Дедикова О.Е. Личность адресанта в высказываниях о самом себе // Язык, дискурс, личность. – Тверь: ТвГУ, 1990. – С.73-79.
175. Шаховский В.И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации // Филологические науки. – 1998.– №2. – С.59-65.
176. Шенк Р. Обработка концептуальной информации. – М.: Энергия, 1980. – 360 с.
177. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. – М.: Прогресс, 1996. – 344 с.

178. Якобсон Р.О. В поисках сущности языка // Семиотика. – М.: Радуга, 1983. – С.102-118.
179. Якобсон Р.О. Избранные работы. - М.: Прогресс, 1985. – 454 с.
180. Ярцева В.Н. Проблемы связи языка и общества в современном зарубежном языкознании // Язык и общество / Под. ред. Ф.П. Филина. – М.: Наука, 1968. – С.39-55.
181. Andrews P. Put on a happy face, but not in my email! – 1994. – <http://www.eng.umu.se/city/annika/Andrews.htm>
182. Barnhart Adam D. Erving Goffman: The Presentation of Self in Everyday Life. – 2004. – <http://www.hewett.norfolk.sch.uk/curric/soc/goffman.htm>
183. Blood R. Ten Tips For A Better Weblog. – 2003. – [http://www.rebeccablood.net/essays/ten\\_tips.html](http://www.rebeccablood.net/essays/ten_tips.html)
184. Brown, P., Levinson, S. Universals of language usage: politeness phenomena // Goody, E. Questions of politeness: Strategies in Social Interaction. – London and New York: Cambridge University Press, 1978. – Pp.56-289.
185. Carbaugh, Donal A. Situating selves: the communication of social identities in American scenes. – Albany, NY: State University of New York Press, 1996. – 238 p.
186. Clark H.H., Wilkes-Gibbs D. Referring as a collaborative process // Cognition. – 1986. – Vol.22. – Pp.24-47.
187. Cooley C.H. Human nature and the social order. – New York: Schocken Books, 1964. – 444 p.
188. Delia J.G., O'Keefe B.J., O'Keefe D.J. The constructivist approach to communication // Human Communication Theory. – New York: Harper & Row, 1982. – Pp.147-191.
189. Donath J.S. Identity and Deception in the Virtual Community. – 1996. – <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>
190. Durkheim, Emile. The Division of Labor in Society. – New York: Free Press, 1984. – 352 p.

191. Feigl, H. The 'Mental' and the 'Physical', The Essay and a Postscript. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1967. – 179 p.
192. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. – Edinburgh: University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre, 1956. – 161 p.
193. Goffman E. On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction // Communication in Face-to-Face Interaction. – Harmondsworth: Penguin, 1972. – Pp.319-346.
194. Gorny E. The Virtual Self: Self-presentation and self-knowledge on the Internet. – 2003. – <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/english/self/index.html>
195. Grice H. P. Presupposition and conversational implicature // Radical Pragmatics. – New York: Academic Press, 1981. – Pp.183-198.
196. Habermas J. The Theory of Communicative Action. – Vol. 1. – London: Heinemann, 1984. – 465 p.
197. Harre, R., Stearns, P. Discursive psychology in practice. – London: Sage, 1995. – 221p.
198. Heeman P.A. Collaborating on Referring Expressions. – 2005. – <http://acl.ldc.upenn.edu/P/P91/P91-1050.pdf>
199. Johnson-Laird P.N. Mental Models // Posner M.I. (Ed.), Foundations of cognitive science. – Cambridge, MA: The MIT Press, 1989. – Pp.469-499.
200. Klyukanov Igor E. Language personality and integral sense formation // Язык, дискурс, личность. – Тверь: ТвГУ, 1990. – С.69-72.
201. Kollock P., Smith M.A. Communities in cyberspace: Introduction // Communities in cyberspace / Ed. by P. Kollock, M.A. Smith. – New York: Routledge, 1999. – Pp.3-25.
202. Leech G.N. Principles of Pragmatics. – London: Longman, 1983. – 250 p.
203. Markus H., Nurius P. Possible selves // American Psychologist. – 1986. – №41. – Pp.954-969.
204. Mead G. Mind, self and society from the standpoint of social behaviourist. Fifth impression. – Chicago: The University of Chicago press, 1934. – 400 p.

205. Nagel, T. *The View from Nowhere*. – Oxford: Oxford University Press, 1986. – 244 p.
206. Neisser, U. Five kinds of self-knowledge // *Philosophical Psychology*. – 1988. – №1. – p.35-59.
207. Noonan, H, *Personal Identity*. – London: Routledge, 1989. – 262 p.
208. Olson Eric T. *Personal Identity*. – 2002. – <http://plato.stanford.edu/entries/identity-personal>
209. Place, U.T. Thirty Years on – Is Consciousness still a Brain Process? // *Australasian Journal of Philosophy*. – 1988. – № 66. – Pp.208-219.
210. Potter J., Wetherell M. *Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour*. – London: Sage, 1987. – 216 p.
211. Shneider S. *Identity Theory*. – 2005. – <http://www.iep.utm.edu/i/identity.htm>
212. Smart J.J.C. *The Identity Theory of Mind*. – 2004. – <http://plato.stanford.edu/entries/mind-identity>
213. Smith, Howard A. *Psychosemiotics*. – New York: Lang, 2001. – 332 p.
214. Suler, J. *Cyberspace as Dream World*. – 2004(a). – <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/cybdream.html>
215. Suler, J. *Identity Management in Cyberspace*. – 2002. – <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage.html>.
216. Suler, J. *The Online Disinhibition Effect*. – 2004(b). – <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/disinhibit.html>
217. Suler, J. *The Psychology of Avatars and Graphical Space in Multimedia Chat Communities*. – 1999. – <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/psyav.html>
218. Voiskounsky A.E., Hilton T.S.E. *Global networking and remote communities formation // Information Systems and Global Competitiveness, Proc. of the IACIS Annual Conf.* – Toronto, 1995. – Pp.282-287.
219. Watson R. *Symbolic interactionism // Handbook of pragmatics: Manual*. – Amsterdam, Philadelphia, 1995. – Pp.520-527.
220. Wilkes, K. *Real people : personal identity without thought experiments*. – Oxford : Clarendon Press ; New York : Oxford University Press, 1988. – 249 p.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бриккер И. Информационно-технологический справочник (словарь акронимов). – 2003. – <http://www.zipsites.ru/slovari/akronim>
2. Словарик (205 наиболее употребительных акронимов). – 2004. – <http://ivb.unact.ru/glossary>
3. Словарь акронимов. – 2005. – <http://naosobi.narod.ru/humor/AKRONIM.HTM>
4. Социология: Энциклопедия / Сост. А. А. Грицанов и др. – Минск: Книжный дом, 2003. – 1312 с.
5. Стандартизированный словарь смайлов. – 2000. – <http://psytech.narod.ru/internet/sss.html>
6. Философский энциклопедический словарь / Сост. Губский Е.Ф. и др. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 576 с.
7. Фоли Дж. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече: АСТ, 1997. – 428 с.
8. A Selection of Smileys Used on both IRC and Internet Chat. – 1998-2005. – <http://www.chatmag.com/help/smiley.html>
9. Acronyms: postal, computer and more. – 1997-2005. – <http://www.libraryspot.com/acronyms.htm>
10. Animated emoticons. – 2005. – <http://www.websmileys.com>
11. Canonical Smiley List. – 2003. – <http://www.astro.umd.edu/~marshall/smileys.html>
12. Chatter's Jargon Dictionary. – 2005. – <http://www.stevegrossman.com/jargpge.htm>
13. Emoticons. – 2001. – <http://www.won.nl/dsp/usr/mvketel/Internet/emoticon.html>
14. Emoticons & Smilies Page. – 2005. – <http://www.muller-godschalk.com/emoticon.html>

15. Free smileys. – 2005. – [http://register.freeze.com/\(llmz4fmd3icr0r453edne055\)/download/index.aspx](http://register.freeze.com/(llmz4fmd3icr0r453edne055)/download/index.aspx)
16. Glossary of Internet Acronyms and Emoticons. – 2000-2005. – <http://www.teachervision.com/lesson-plans/lesson-16392.html>
17. High-tech dictionary emoticons. – 2005. – <http://www.computeruser.com/resources/dictionary/emoticons.html>
18. Internet acronyms. – 2001. – [http://palmware.ru/program\\_prog\\_id\\_493.html](http://palmware.ru/program_prog_id_493.html)
19. Internet smileys. – 2005. – <http://members.aol.com/bearpage/smileys.htm>
20. Learn the net: Smileys. – 2005. – <http://www.learnthenet.com/english/html/25smile.htm>
21. List of Acronyms & Text Messaging Shorthand. – 1994-2005. – <http://www.netlingo.com/emailsh.cfm>
22. Löffelmann H. Helwig's smiley dictionary. – 1996. – <http://www.cg.tuwien.ac.at/~helwig/smileys.html>
23. Recommended Emoticons for Email Communication. – 2004. – <http://www.windweaver.com/emoticon.htm>
24. Smiley Central. – 2005. – <http://www.smileycentral.com>
25. Smiley Dictionary. – 1991. – <http://www.stanford.edu/~hodges/misc/smiley.txt>
26. Smileys and Emoticons. – 1994-2005. – <http://www.netlingo.com/smiley.cfm>
27. Sociology: Online Encyclopedia. – 2000. – <http://uregina.ca/~gingrich/f100.htm>
28. The educational encyclopedia: abbreviations, acronyms. – 2005. – <http://users.pandora.be/educyclopedia/resources/dictionaryacro.htm>
29. The largest database of acronyms and abbreviations on the web. – 2005. – <http://www.acronyma.com>
30. The ultimate chatlist! – 2005. – <http://www.chatlist.com/faces.html>

31.The Unofficial Smiley Dictionary. – 1994. – <http://paul.merton.ox.ac.uk/ascii/smileys.html>

СПИСОК САЙТОВ, ИСПОЛЬЗОВАННЫХ В КАЧЕСТВЕ  
МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

32. <http://boltushka.podlodka.com>
33. <http://chat.cnt.ru>
34. <http://chat.gala.net>
35. <http://chat.mail.ru>
36. <http://chat.peterlink.ru>
37. <http://chat.portal.ru>
38. <http://chat.rol.ru>
39. <http://fomenko.killer.ru>
40. <http://livemy.info/index.html>
41. <http://sand.adv.ru>
42. <http://volchat.ru>
43. <http://www.besedka.ru>
44. <http://www.blogpost.ru>
45. <http://www.diary.ru>
46. <http://www.livejournal.com>
47. <http://www.russian-club.com>
48. [www.chat.krovatka.ru](http://www.chat.krovatka.ru)
49. [www.chat.net](http://www.chat.net)



## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### «АМЕРИКАНСКИЕ» ЭМОТИКОНЫ<sup>2</sup>

: -)	1) улыбка; 2) стандартный смайл; 3) счастье; 4) сарказм; 5) шутка
; -)	подмигивание (шутливая улыбка)
: -(	1) нахмурившийся; 2) несчастье
: -I	равнодушный
: ->	1) саркастический; 2) ухмылка
>: ->	Злодей
>; ->	шутливый злодей
: -[	1) вамп; 2) грустный болван; 3) улыбка вампира; 4) не-улыбчивый болван; 5) огромное несчастье
: -!	1) нормальный; 2) все ок
: -E	1) зубастый вамп; 2) улыбка вампира с торчащими зубами
: -F	вамп со сломанным зубом
: -q	пытающийся достать языком нос
: -a	пытающийся достать языком нос, но с другой стороны
: -*	1) съевший что-то кислое; 2) улыбка человека, съевшего что-то кислое; 3) нет слов
: -e	1) разочарованный; 2) разочарованная улыбка
: -@	1) вопящий; 2) кричащий; 3) грязно ругаться; 4) шок; 5) мужчина; б) французский поцелуй
: -t	1) хмурый; 2) злой; 3) раздраженный
: -#	1) надевший вставную челюсть; 2) улыбка человека в наручниках; 3) поговорим о чем-нибудь другом!
: -i	1) полуулыбка; 2) полуулыбчивый
: -&	1) прикусивший язык; 2) немой; 3) завязанный язык
: -]	1) болван; 2) улыбающийся идиот; 3) бурная радость
: -Q	1) курящий; 2) улыбка курильщика; 3) замешательство; 4) весьма опечален
: -?	1) курящий трубку; 2) улыбка курящего трубку
: -}	1) потрескавшиеся губы; 2) борода
: -{	1) усатый; 2) индифферентная улыбка с усами
: -S	1) совравший; 2) Сказал что-то несвязное, сам не понял что; 3) непоследовательность, невозможность подобрать слова
: -j	улыбка левой стороной лица
: -D	1) хохочущий, громко смеющийся; 2) безграничная радость; 3) улыбка в 32 зуба
: -d	1) лижущий губы; 2) левая поддразнивающая улыбка

<sup>2</sup> Формулировки в дефинициях взяты без изменения из любительских он-лайн словарей

:-X	1) с заклеенным ртом; 2) Мой рот на замке! Ничего не скажу! Я – партизан!!!
:-x	Поцелуй
:-k	1) укуси меня; 2) побейте меня
:-C	1) с опухшими губами; 2) плохое слово (ну ты и...); 3) сильно нахмурившийся; 4) несчастный
:-\	1) нерешительный; 2) нерешительная улыбка
:-/	1) скептик; 2) нерешительная улыбка; 3) растерялся от неожиданности; 4) сарказм
:-o	1) Ой-ой! 2) Ах-ох!
:-<	1) печальный; 2) совершенно грустная улыбка
:-9	лижущий губы
:-v	Говорящий
:-‘	1) плюющий; 2) сплевывать
:* )	1) бухой; 2) улыбка пьяного человека
:^)	1) со сломанным носом; 2) улыбка человека со сломанным носом
:v)	со сломанным носом, но в другом направлении
:_)	нос съехал с лица
:<)	курносый
:o)	1) клоун; 2) нос-картошка
8-)	с солнечными очками
O-)	1) циклоп; 2) улыбка циклопа; 3) надевший водолазную маску
.-)	1) одноглазый; 2) улыбка одноглазого; 3) одноглазый Джо
,-)	1) шутящий одноглазый; 2) подмигивающий одноглазый; 3) шутящий одноглазый Джо
g-)	1) одноглазый в пенсне; 2) пенсне
I	спящий
^o	храпящий
O	зевающий
:.)	1) плачущий безносый; 2) без носа, но улыбается
%-6	1) с отмершим мозгом; 2) размягчение мозгов
8-	1) озадаченный; 2) недоумение
[: -)	слушающий плеер
:-~)	1) сопливый; 2) насморк
(:I	яйцеголовый
X-(	1) мертвый; 2) помер
X-)	умирать не страшно
X-I	мертвым все равно
X-E	после смерти отомщу
X->> !	встретимся в аду
X-X	мертвые не разговаривают

8^)	улыбка загорающего человека
[]	объятия
:-P	улыбка с высунутым (торчащим) языком
:-O	1) Не орите! (Тихий час); 2) Оратор; 3) Ого! 4) удивление
:-7	Тонкий намек. Я сказал что-то из категории «английский юмор».
:-%	1) улыбка банкира; 2) бюрократ; 3) 50/50
:-	1) постное лицо; 2) кому это интересно?
:-1	нормально
:n)	смешной нос (правый)
:=)	два носа
:u)	смешной нос (левый)
%-)	1) уставившись в экран 15 часов подряд; 2) пристальный взгляд; 3) сбитый с толку, но счастливый; 4) косой
%-(	в замешательстве
B-)	1) надев очки в роговой оправе; 2) улыбка Бэтмена
B-	Бэтмен
:, (	без носа, а плачит
::-)	носит очки (4 глаза)
8:-)	1) маленькая девочка; 2) с бантиком; 3) волшебник
:-{)	с усами
{:-)	1) ношу парик; 2) пробор посередине
}:-)	парик, надетый наизнанку или развевающийся на ветру
:-)~	нести чепуху
:'-)	1) плачу от смеха; 2) смех сквозь слезы; 3) плачущий смайл
+:-)	Римский Папа
,:-) или ':-)	одна бровь сбрита
C=:-)	1) повар; 2) черт
>:-)	1) демон; 2) дьявол; 3) озорник
+:-)	священник
B:-)	очки на затылке или на лбу
:-)8	большая девочка
:-)8	разодетый
:-#)	густые усы
-:-)	1) панк; 2) улыбка панка
O:-)	1) ангел (как минимуму в душе); 2) улыбающийся ангел; 3) невинный
E:-)	1) ди-джей; 2) радиооператор
@:-)	в тюрбане
:-))	двойной подбородок

(:-)	1) большая улыбка; 2) лысый; 3) нуждающийся в стрижке
:-)X	в галстук-бабочке
(-:	левша
:-{}	с губной помадой
< -)	китаец
< -(	хоть и китаец, но такие шутки не нравятся
-:-(	мрачный панк
*:o)	клоунский типаж
::	мутант
~~:-(	1) загораюсь, дымлюсь; 2) мозги плавятся; 3) вспотевший
O )	религиозный
[:]	робот
:'-)	плакать
@=	ядерная война
d8=	бобер с выпученными глазами и в странной шляпе
<:-I	тупица
<:-)	болван, остолоп
	Улыбка невидимки
3:o[	раздосадованный клоун
8	бесконечность
=):-)	1) улыбка дяди Сэма; 2) дядя Сэм
)	улыбка чеширского кота
.V	улыбка улитки
:-(\$)	улыбка человека, жуящего стодолларовую купюру
-=#:-)\	улыбка сильно продвинутого волшебника
8)	улыбка лягушки
8:]	улыбка гориллы
=:-)	улыбка индейца
;-)~	улыбка идиота
@ @	весь обратился в слух
~E~	ангел
1) >:-( 2) >:	сердиться
(')#-----	воздушный шарик
(:)(:)-/	печенье с чаем или молоком
:~(	1) насморк; 2) плач
:~( 1)	орущий смайл
8-0	О боже!
:-)B	Доли Партон
:-.)	Синди Кроуфорд
:/7)	Сирано де Бержерак

=:o]	Билл Клинтон
/:-)	в берете
1) d:-) 2) {] : )	в бейсболке
`:-)	поднятая одна бровь
%-\	похмелье
%*@:-(	голова болит с похмелья
:b	1) высунуть язык; 2) улыбнись!
(:-D	сплетник
:-(O)	воплъ, крик
:-<	целующиеся
;<	я хочу тебя поцеловать
}:->	дьявольская улыбка
:o	О, нет!!!
@;^[]	Элвис
7:-)	Роналд Рейган
&: )	Роналд Рейган
@ @ @ @ @ @ :)	Мардж Симпсон
[8-]	Франкенштейн
===:-D	Дон Кинг
%^>(	Пикассо
:-)X	сенатор Пол Симон
1) :- )) 2) :->> 3) ((-:	огромная улыбка
1) :-   2) В-   3) :- I   4) -8	бесстрастное лицо
: )#	человек с бородой
:{#	усатый и бородатый
##: )=B= >=	женщина в бикини
@: )	Дик Кларк
#-)	ослепленный идеей
:-(* )	тошнит
[ - )	спящий
:-\$	1) с завязанным ртом; 2) не могу сказать
*<:-)	надевший шапку Санта-Клауса
=:-)	с торчащими вверх волосами
+:-)	священник
+:-:-)	поп
(8-o	мистер Билл Гейтс
3:]	улыбающийся рогатый скот
3:[	не улыбающийся рогатый скот

d8=	сварщик
:~:	мутант
Оя ~)	религиозный
>:-I	злой тупица
3:o[	коза в костюме клоуна
+	Должен умереть!
Ж:~)	растрепанная прическа или мысли
:~(	1) выражение крайнего удивления; 2) кричащий
:~db	негр
:~3	джентльмен
:~4	испуг
:~L	я недоволен
:~oo	офигеть можно
:~r	с сигареткой
:~T	ухмылка (ну, да! Рассказывай!)
:~w	молчу, молчу!
:~x	молчание, нечего сказать, больше ни слова
:~y	улыбка
:~z	мне все равно ("ни рыба, ни мясо", 'ни грустно, ни весело")
:~?	Ну и как это понимать? (немой вопрос)
*~*~*	гантели
:~,	парень, дружище, друг
:~'	враг
:~=	удивлен до глубины души!
:~Ф	женщина
:~P	1) розыгрыш; 2) высунутый язык
1) :-~)~)~)~) 2) :-~)~)~)~)~)	французский поцелуй
XD	ликующий
:~^):<	голый
>8D	1) злобный смех; 2) сумасшедший смех
X)	озорной
:~O	с набитым ртом
:~)...	1) распускать слюни; 2) молоть чепуху
!o)	подмигивать
_@	1) улитка; 2) плохое соединение
=:~>	кролик
{:~V	утка
:~>	птенец
1) 3:-o 2) 3:(: )	корова
]:(:))	веселая корова

]:(:)(	грустная корова
8^	цыпленок
:]~~~~~*	лягушка, ловящая языком муху
<:>==	индейка
:@)	поросенок
:©)	поросенок
C :-)=	Чарли Чаплин
&:-)	Эйс Вентура

ПРИЛОЖЕНИЕ 2  
«ЯПОНСКИЕ» ЭМОТИКОНЫ

☺	Обычное лицо
😎	Лицо с очками
😘	Горящие глаза
😉	Подмигивание
:-)	Скучающий
>-@88888888ooooo)))	Гремучая змея
(*@.@*)	Санта Клаус
~@@~	Солнцезащитные очки
><)))*>	Рыба
=<">=	Краб
(- -)	Спящий
[+_+]	Робот
<^..^>	Летучая мышь
~<:^^~^~^~^~	Змея
C(*@*)O	Коала
>^oo^<	Кот с выпученными глазами
(='!')	Кот
(-_-)	Загадочная улыбка
(*_**)	Покемон
(o^-^o)	Пикачу
_'	Злое лицо
§<(*_*)>§	Няня кирби
//o-o\\	Джон Леннон
#####[ooooo][ooooo]#####	Трамвай или поезд
(_)>	Кофейная кружка
(_)3	Пивная кружка
\\%/	Алкогольный напиток
<(*_*)>	Ушастый человек
^A^	Ангел
(_._)	Большая (!) задница
(_X_)	Оставь меня в покое!
(_Y_)	(!) задница на стуле
(_E=mc <sup>2</sup> _)	(!) смачная задница
(*O*)	Громко поющий певец
^_~	Подмигивание
^_^	Счастливый мальчик
~_~	Счастливая девочка
*_*	Только что проснувшийся
\$_\$	Жадина
(<> .. <> )	Пришелец



%_%	Озадаченный
}i({	Бабочка
)))>	Опоссум
^v^	Летучая мышь
~~(.)(.~~	Любопытство
1) <:3)~~~~ 2) :O~	мышь

## ПРИЛОЖЕНИЕ 3

### АКРОНИМЫ

AAMOF	as a matter of fact
ABF	absolutely bloody final
ABFL	a big fat lady
ABT	about
ADN	any day now
AFAIC	as far as I'm concerned
AFAICT	as far as I can tell
AFAICS	as far as I can see
AFAIK	as far as I know
AFAYC	as far as you're concerned
AFK	away from keyboard
AISI	as I see it
AIUI	as I understand it
AKA	also known as
AML	all my love
ANFSCD	and now for something completely different
ASAP	as soon as possible
ASL	assistant section leader
ASL	age, sex, location
ASLP	age, sex, location, picture
A/S/L	age/sex/location
ASOP	assistant system operator
ATM	at this moment
AWHFY	are we having fun yet?
AWGTHGTGTTA	are we going to have to go through this again?
AWOL	absent without leave
AWOL	away without leave
AYOR	at your own risk
AYPI?	and your point is?
B4	before
B4N	bye for now
BAC	back at computer
BAG	busting a gut
BAK	back at the keyboard
BBIAB	be back in a bit
BBL	be back later
BBLBNTSBO...	be back later but not too soon because of...
BBR	burnt beyond repair
BBS	bulletin board system
BC	be cool

B/C	because
BCnU	be seeing you
BEG	big evil grin
BF	boyfriend
B/F	boyfriend
BFN	bye for now
BG	big grin
BION	believe it or not
BIOYIOB	blow it out your I/O port
BITMT	but in the meantime
BM	bite me
BMTIPG	brilliant minds think in parallel gutters
BKA	better known as
BOB	back off bastard
BOT	back on topic
BRB	be right back
BRBB	be right back bitch
BRH	be right here
BRS	big red switch
BS	big smile
BS	bull shit
BSF	but seriously folks
BST	but seriously though
BTA	but then again
BTAIM	be that as it may
BTDT	been there done that
BTOBD	be there or be dead
BTOBS	be there or be square
BTSOOM	beats the shit out of me
BTW	by the way
BWQ	buzz word quotient
BWTHDIK	but what the heck do I know
BYOB	bring your own bottle
BYOH	Bat You Onna Head
C&G	chuckle and grin
CAD	ctrl-alt-delete
CADET	can't add, doesn't even try
CDIWY	couldn't do it without you
CFV	call for votes
CFS	care for secret?
CID	crying in disgrace
CIM	CompuServe information manager
CLM	career limiting move

CM@TW	catch me at the web
CMIW	correct me if I'm wrong
CNP	continue in next post
CO	conference
CRAFT	can't remember a f**king thing
CRS	can't remember shit
CSG	chuckle snicker grin
CTS	changing the subject
CU	see you
CU2	see you too
CUL	see you later
CUL8R	see you later
CWOT	complete waste of time
CWYL	chat with you later
CYA	see ya
CYA	cover your ass
CYAL8R	see ya later
CYO	see you online
DBA	doing business as
DFLA	disenhanced four-letter acronym
DH	darling husband
DIK	darn if i know
DGA	digital guardian angel
DGARA	don't give a rats ass
DIKU	do I know you?
DITYID	did I tell you I'm distressed
DIY	do it yourself
DL	download
DL	dead link
DLTBBB	don't let the bad bugs bite
DMMGH	don't make me get hostile
DQMOT	don't quote me on this
DND	do not disturb
DTC	damn this computer
DTRT	do the right thing
DUCT	did you see that?
DWAI	don't worry about it
DWIM	do what I mean
DWIMC	do what I mean, correctly
DWISNWID	do what I say, not what I do
DYJHIW	don't you just hate it when...
DYK	do you know
EAK	eating at keyboard

EG	evil grin
EMFBI	excuse me for butting in
EMFJI	excuse me for jumping in
EMSG	email message
EOD	end of discussion
EOF	end of file
EOL	end of lecture
EOM	end of message
EOT	end of thread
ETLA	extended three letter acronym
F	female
F/F	face to face
F2F	face to face
FAQ	frequently asked questions
FAWC	for anyone who cares
FBOW	for better or worse
FBTW	fine, be that way
FCFS	first come, first served
FCOL	for crying out loud
FIFO	first in, first out
FISH	first in, still here
FLA	four-letter acronym
FOAD	f*ck off and die
FOAF	friend of a friend
FOB	f**k off bitch
FOC	free of charge
FOCL	falling of chair laughing
FOFL	falling on the floor laughing
FOS	freedom of speech
FOTCL	falling of the chair laughing
FTF	face to face
FTTT	from time to time
FU	f*cked up
FUBAR	f*cked up beyond all recognition
FUD	fear, uncertainty and doubt
FURTB	full up ready to burst (about hard disk drives)
FW	freeware
FWIW	for what it's worth
FYA	for your amusement
FYE	for your entertainment
FYEO	for your eyes only
FYI	for your information
G	grin

G2B	going to bed
G&BIT	grin & bear it
G2G	got to go
G2GGS2D	got to go get something to drink
GA	go ahead
GA	good afternoon
GAFIA	get away from it all
GAS	greetings and salutations
GBH	great big hug
GBH&K	great big huh and kisses
GBR	garbled beyond recovery
GD&H	grinning, ducking and hiding
GD&R	grinning, ducking and running
GD&RAFAP	grinning, ducking and running as fast as possible
GD&REF&F	grinning, ducking and running even further and faster
GD&RF	grinning, ducking and running fast
GD&RVF	grinning, ducking and running very
GD&W	grin, duck and wave
GDW	grin, duck and wave
GE	good evening
GF	girlfriend
GFETE	grinning from ear to ear
GFN	gone for now
GFU	good for you
GG	good game
GGU2	good game you two
GIGO	garbage in garbage out
GJ	good job
GL	good luck
GL&GH	good luck and good hunting
GM	good morning / good move / good match
GMAB	give me a break
GMAO	giggling my ass off
GMBO	giggling my butt off
GMTA	great minds think alike
GN	good night
GOK	god only knows
GOWI	get on with it
GPF	general protection fault
GR8	great
GR&D	grinning, running and ducking
GtG	got to go
GTSY	glad to see you

H	hug
H/O	hold on
H&K	hug and kiss
HAK	hug and kiss
HAGD	have a good day
HAGN	have a good night
HAGS	have a good summer
HAG1	have a good one
HAHA	having a heart attack
HAND	have a nice day
HB	hug back
HB	hurry back
HF	have fun
HH	holding hands
HHIS	hanging head in shame
HHJK	ha ha, just kidding
HHOJ	ha ha, only joking
HHOK	ha ha, only kidding
HHOS	ha ha, only seriously
HIH	hope it helps
HILIACACLO	help I lapsed into a coma and can't log off
HIWTH	hate it when that happens
HMS	home made smiley
HMT	here's my try
HMWK	homework
HOAS	hold on a second
HSIK	how should i know
HTH	hope this helps
HTHBE	hope this has been enlightening
HYLMS	hate you like my sister
IAAA	I am an accountant
IAAL	I am a lawyer
IAC	in any case
IC	I see
IAE	in any event
IAG	it's all good
IAG	I am gay
IAIM	in an Irish minute
IANAA	I am not an accountant
IANAL	I am not a lawyer
IBN	I'm bucked naked
ICOCBW	I could of course be wrong
IDGI	I don't get it

IDGARA	I don't give a rat's ass
IDGW	in a good way
IDI	I doubt it
IDK	I don't know
IDTT	I'll drink to that
IGP	I gotta pee
IGTP	I get the point
IHTFP	I hate this f**king place
IHTFP	I have truly found paradise
II	I'm impressed
IIT	I'm impressed too
IIR	if I recall
IIRC	if I recall correctly
IJWTK	I just want to know
IJWTS	I just want to say
IK	I know
IKWUM	I know what you mean
ILY	I love you
ILYFAE	I love you forever and ever
IMAO	in my arrogant opinion
IMFAO	in my f**ing arrogant opinion
IMBO	in my bloody opinion
IMCO	in my considered opinion
IME	in my experience
IMHO	in my humble opinion
IMNSHO	in my, not so humble opinion
IMO	in my opinion
IMOBO	in my own biased opinion
IMPOV	in my point of view
INAL	I'm not a lawyer
INPO	in no particular order
IOIT	I'm on Irish Time
IOW	in other words
IRL	in real life
IRMFJ	I reply merely for information
IRSTBO	it really sucks the big one
IS	I'm sorry
ISTM	it seems to me
ISTR	I seem to recall
ISWYM	I see what you mean
ITFA	in the final analysis
ITRO	in the reality of
ITRW	in the real world



ITSFWI	if the shoe fits, wear it
IVL	in virtual live
IWALY	I will always love you
IWBNI	it would be nice if
IYKWIM	if you know what I mean
IYSWIM	if you see what I mean
JAM	just a minute
JAS	just a second
JASE	just another system error
JAWS	just another windows shell
JIC	just in case
JJWY	just joking with you
JK	just kidding
J/K	just kidding
JMHO	just my humble opinion
JMO	just my opinion
JP	just playing
J/P	just playing
JTLYK	just to let you know
K	OK
K	kiss
KHYF	know how you feel
KB	kiss back
KISS	keep it simple sister
KIS(S)	keep it simple (stupid)
KISS	keeping it sweetly simple
KIT	keep in touch
KMA	kiss my ass
KMB	kiss my butt
KOTC	kiss on the cheek
KOTL	kiss on the lips
KUTGW	keep up the good work
KWIM	know what I mean?
L	laugh
L8R	later
L8R G8R	later gator
LBR	little boys room
LD	long distance
LGR	little girls room
LHM	Lord help me
LHU	Lord help us
LL&P	live long & prosper
LNK	love and kisses

LMA	leave me alone
LMABO	laughing my ass back on
LMAO	laughing my ass off
LMBO	laughing my butt off
LMHO	laughing my head off
LMFAO	laughing my fat ass off
LMK	let me know
LOL	laughing out loud
LOL	lots of love
LOL	lots of luck
LOLA	laughing out loud again
LOML	light of my life (or love of my life)
LOMLILY	light of my life, I love you
LOOL	laughing out outrageously loud
LSHIPMP	laughing so hard I pissed my pants
LSHMBB	laughing so hard my belly is bouncing
LSHMBH	laughing so hard my belly hurts
LTNS	long time no see
LTR	long term relationship
LTS	laughing to self
LULAS	love you like a sister
LUWAMH	love you with all my heart
LY	love ya
LYK	let you know
LYL	love ya lots
LYLAB	love ya like a brother
LYLAS	love ya like a sister
M	male
N	in
N2M	not too much
N/C	not cool
NE1	anyone
NETUA	nobody ever tells us anything
NFI	no f***ing idea
NL	not likely
NM	never mind / nothing much
N/M	never mind / nothing much
NMH	not much here
NMJC	nothing much, just chillin'
NOTTOMH	not of the top of my mind
NOYB	none of your business
NOYFB	none of your f***ing business
NP	no problem

NTA	non-technical acronym
NVM	nevermind
OBTW	oh, by the way
OIC	oh, I see
OF	on fire
OFIS	on floor with stitches
OK	abbreviation of oll korrekt (all correct)
OL	old lady (wife, girlfriend)
OM	old man (husband, boyfriend)
OMG	oh my god / gosh / goodness
OOC	out of character
OT	Off topic / other topic
OTOH	on the other hand
OTTOMH	off the top of my head
PAW	parents are watching
PDS	please don't shoot
PLZ	please
PM	private message
PMJI	pardon my jumping in (Another way for PMFJI)
PMFJI	pardon me for jumping in
PMP	peed my pants
POAHF	put on a happy face
POOF	I have left the chat
POS	parents over shoulder
PPL	people
PS	post script
PSA	public show of affection
Q4U	question for you
QSL	reply
QSO	conversation
QT	cutie
RE	hi again (same as re's)
ROFL	rolling on floor laughing
ROFLAPMP	rolling on floor laughing and peed my pants
ROFLMAO	rolling on floor laughing my ass off
ROFLOLAY	rolling on floor laughing out loud at you
ROFLOLWTIME	rolling on floor laughing out loud with tears in my eyes
ROFLOLUTS	rolling on floor laughing out loud unable to speak
ROTFL	rolling on the floor laughing
RUTTM	are you talking to me
RTF	read the FAQ
RTFM	read the f***ing manual
RTSM	read the stupid manual

S2R	send to receive
SCNR	sorry, could not resist
SETE	smiling ear to ear
SH	so hot
SH	same here
SHICPMP	so happy I could piss my pants
SHID	slaps head in disgust
SHMILY	see how much I love you
SNAFU	situation normal, all F***ed up
SO	significant other
SOHF	sense of humor failure
SOMY	sick of me yet?
SPAM	stupid persons' advertisement
SRY	sorry
SSDD	same shit different day
STBY	sucks to be you
STW	search the web
SWAK	sealed with a kiss
SWALK	sweet, with all love, kisses
SWL	screaming with laughter
SIM	shit, it's Monday
SITWB	sorry, in the wrong box
SYS	see you soon
SYSOP	system operator
TA	thanks again
TCO	taken care of
TGIF	thank god its Friday
THTH	too hot too handle
THX	thanks
TIA	thanks in advance
TIIC	the idiots in charge
TJM	that's just me
TLA	three-letter acronym
TMA	take my advice
TMI	too much information
TNSTAAFL	there's no such thing as a free lunch
TNX	thanks
TOH	to other half
TOY	thinking of you
TPTB	the powers that be
TSDMC	tears streaming down my cheeks
TT2T	too tired to talk
TTFN	ta ta for now

TTT	thought that, too
TTUL	talk to you later
TTYL	talk to you later
TTYLMF	talk to you later my friend
TU	thank you
TWMA	till we meet again
TX	thanx
TY	thank you
TYVM	thank you very much
U2	you too
UAPITA	you're a pain in the ass
UR	your
UW	you're welcom
URAQT!	you are a cutie!
VBG	very big grin
VBS	very big smile
W8	wait
W8AM	wait a minute
WAY	who are you
WB	welcome back
WBS	write back soon
WE	whatever
W/E	whatever
WFM	works for me
WNDITWB	we never did it this way before
WP	wrong person
WRT	with respect to
WTF	what/who the F***?
WTG	way to go
WTGP	want to go private?
WTH	what/who the heck?
WTMI	way to much information
WU	what's up?
WUD	what's up dog?
WUF	where are you from?
WUWT	whats up with that
WYSIWYG	what you see is what you get
XTLA	extended three letter acronym
Y	why?
Y2K	you're too kind
YATB	you are the best
YBS	you'll be sorry
YG	young gentleman

YHBBYBD	you'd have better bet your bottom dollar
YL	young lady
YM	young man
YMMD	you've made my day
YMMV	your mileage may vary
YVM	you're very welcom
YW	you're welcome
YWIA	you're welcome in advance
YOYO	you're on your own
?	huh?
?4U	question for you
>U	screw you!
/myB	kick my boobs
2U2	to you too
2MFM	to much for me
4COL	for crying out loud
4SALE	for sale
4U	for you
=w=	whatever
*G*	giggle or grin
*H*	hug
*K*	kiss
*S*	smile
*T*	tickle
*W*	wink