

РАЗДЕЛ I. ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 8; 81:811

DOI: 10.18384/2310-7278-2015-6-8-15

Т.В. Евсюкова, Е.С. Шилова

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

ПРОБЛЕМА САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация: В данной статье рассматривается проблематика самоидентификации языковой личности в социальных сетях. Авторы раскрывают особенности процесса виртуальной коммуникации и способы самопрезентации виртуальной языковой личности. В работе отмечены основные различия между «сетевой» и «реальной» идентичностью. Также представлен анализ ведущих тенденций по вопросу самоидентификации личности в сети. Позиция одной из тенденций заключается в несовпадении «сетевой» идентичности с реальной. Противоположная точка зрения состоит в том, что языковая личность стремится к подлинности как в объективной реальности, так и в коммуникативном пространстве социальных сетей.

Ключевые слова: социальные сети, языковая личность, самоидентификация, виртуальная коммуникация, «сетевая» идентичность, речевая деятельность.

T. Evsyukova, E. Shilova

Rostov State University of Economics

THE PROBLEM OF SELF-IDENTIFICATION OF THE LINGUISTIC PERSONALITY IN SOCIAL NETWORKS

Abstract. The article presents the problem of linguistic personality's self-identification in social networks. The authors reveal the peculiarities of the process of virtual communication and the methods of self-presentation of virtual linguistic personality. The paper highlights the key differences between «online» and «real» identity. Also, there is the analysis of major trends in the issue of self-identification of person in social network. The main purpose of one of the trends is the mismatch of the «network» and real identities. The opposite view is that linguistic personality seeks the authenticity in objective reality and in the communicative space of social networks. *Keywords:* social networks, linguistic personality, self-identification, virtual communication, «network» identity, speech activity.

© Евсюкова Т.В.; Шилова Е.С., 2015.

В данной статье представлен анализ тенденций, связанных с проблемой идентичности личности в Интернет среде и в частности в виртуальном пространстве социальных сетей. Проведённое нами исследование позволит определить специфику самоидентификации языковой личности в условиях коммуникации в социальных сетях.

Проблема самоидентификации личности в социальных сетях приобретает актуальность вследствие быстрого развития информатизации и глобализации общественных процессов. Отдельная личность и общество в целом находятся в поиске идентичности, которая представляет необходимый фундамент для становления и перспективного развития.

В настоящий момент процесс самоидентификации осложнён сверхбыстрым развитием информационных технологий и появлением новых сфер деятельности человека в Интернет пространстве. Проблематика проявлений самоидентификации в Интернет среде вызывает заинтересованность у культурологов, психологов, социологов, философов, антропологов. Возрастающая популярность Интернета в 1990-е гг., усовершенствования в среде информационно-коммуникационных технологий, способствовали созданию многих трудов и в сфере лингвистики. Некоторые исследователи (Sh. Turkle, 1995; A. Balsamo, 1995; Sh. Turkle, 1996; M. Sinnirella, 1998) изучали и прогнозировали влияние новых технологий на личность пользователя, в частности на его идентификацию.

В научной литературе термины «идентификация» и «самоидентификация» часто воспринимаются как полные синонимы. Их соотношение

аналогично соотношению семантики слов анализ – самоанализ, внушение – самовнушение, познание – самопознание, развитие-саморазвитие и т. п. В словаре психологических терминов нет отдельной словарной статьи для термина «самоидентификация», он рассматривается как синоним слова идентификация в 5-м значении: «(от лат. *identificare* – отождествлять). 5. Идентификация групповая – устойчивое отождествление себя с к.-л. (большой или малой) социальной группой или общностью, принятие её целей и системы ценностей (см. Социальная идентичность, Ценностные ориентации), осознание себя членом этой группы или общности. Син. автоидентификация, самоидентификация» [5].

В аспекте лингвистических исследований: самоидентификация – это процесс осознания и маркирование принадлежности индивида к какой-либо удовлетворению важнейшей человеческой потребности – потребности в социальной группе. Вербальная самоидентификация подчинена принадлежности к группе, за счёт чего проявляются сила, ценности и ресурсы данной группы. Такое причисление себя к группе носит демонстративный характер.

Демонстрация имеет место в ситуации вынужденного конструирования впечатления о себе и осуществляется в условиях как личного, так и делового знакомства, когда говорящий субъект считает, что информация о его принадлежности к какому-либо социальному сообществу может быть представлена адресату. Данная информация чаще всего сообщается при непосредственном контакте в диалогической речи и исполняет роль оптимизации взаи-

модействия, установления контакта, прагматическую задачу «коммуникативно-личной ориентации говорящего» [13, с. 29].

В связи с необходимостью реализации двух важных потребностей человека – этнических и идеологических – и происходит процесс определения собственной идентичности и идентичности другого [9, с. 72-76]. Благодаря развитию разнообразных коммуникационных ресурсов у современных людей существует много способов заявить о своей персоне, о своей роли в социуме, и, как результат, происходит процесс расширения выбора самоидентификационных средств вербализации и коммуникативных стратегий в области речевой деятельности.

Исследовав лингвистические труды, посвящённые вопросам самоидентификации личности, мы выявили две противоположные тенденции:

- «сетевая» идентичность не совпадает с параметрами реальной;

- стремление индивида к подлинности и самоутверждению как в объективной реальности, так и в коммуникативном пространстве социальных сетей.

С точки зрения первой тенденции, конструирование виртуальной идентичности возможно через осуществление социально-коммуникативного взаимодействия в различных стереотипных коллективных группах под различными «масками». Результативность таких «игр» в большей степени зависит от речевых способностей индивида, поэтому изучение идентичности неразрывно связано с рассмотрением понятия «языковая личность» [14, с. 9].

Среди разнообразных трансформаций собственной идентичности в

Интернет пространстве наиболее интересными для изучения являются:

- предоставление о себе частичной информации, строящейся по принципу самопрезентации;

- создание «сетевой идентичности», отличной от реальной.

В процессе коммуникации в социальной сети большинство коммуникантов указывают несоответствующие действительности данные: возраст, пол, гражданство или даже этническую принадлежность. Следовательно, есть пользователи, не реализующие настоящее «Я» в Интернет-среде. Это доказывает, что в Интернете личность создаёт некоторое количество «идентичностей», которые модифицируются в зависимости от интересов пользователя в конкретной ситуации. На основе этих суждений мы можем утверждать, что «сетевая» идентичность не совпадает с реальной.

Индивид формирует базовый метафорический ник в качестве основной позиции в речи данного коммуниканта, и в этом феномене реализуется его самоименование. В соответствии с этим, определение никнейма можно определить как метод экспликации конкретной роли индивида. Итогом становится появление вектора содержания беседы. Мы считаем, что через выбор ника коммуникант наделяет себя свойствами, которые считает определяющими. В ходе этих действий и осуществляется формирование речевого поведения индивида в виртуальном пространстве.

Исходя из того, что ники нацелены на различные грани самоидентификации, у них есть возможность для подчёркивания статуса индивида в социуме. М.А. Щербаков отмечает, что

«имя – это своего рода «точка сборки» всей структуры самоидентификации. В нём как бы присутствует понемножку от каждого уровня»[3].

Таким образом, осуществление виртуальной самоидентификации наделяет индивида способностью ощутить различные стороны самоопределения, детально вырабатывая более совершенные стратегии и тактики речевого поведения. Благодаря этому он существенно увеличивает и раскрывает уровень самоидентификации, что соотносится с самореализацией на коммуникативном уровне.

Условия, в которых осуществляется процесс самоидентификации, оказывают влияние на результат. На современном этапе развития общества информационно-коммуникативная практика определяется как доминирующая среди других антропологических практик. Это соответствует постулату о том, что «человеческие отношения, да и сама общественная жизнь невозможны без коммуникации» [10, с. 43]. Опираясь на это положение, мы можем сделать вывод, что и сама личность, объединяя все свои свойства, определяется прежде всего в процессе коммуникации.

Для принятия и реализации определённой роли в рамках текстового пространства, языковой личности необходимо ассимилироваться внутри него, ощутить его специфику, сформировать личную позицию для его восприятия.

Испанский философ Х. Ортеги-и-Гассет высказал занимательное утверждение: «жить – значит выходить за пределы себя самого» [12, с. 339-340]. Это соотносится с размышлениями другого философа М.М. Бахтина:

«Изнутри себя самую жизнь не может породить эстетически значимой формы, не выходя за свои пределы, не перестав быть самой собою»[4, с. 63].

Таким образом, в тексте отражаются ситуации внешнего мира, которые трансформируются в словесную форму. Посредством текста индивид самовыражается в знаковом эквиваленте собственного мировоззрения. Мировоззрение, сформированное в процессе познания мира внутри социума, является результатом индивидуального восприятия многообразия мира.

Следует подчеркнуть, что наиболее важные аспекты самоидентификации в Интернете соотносятся с осознанием пространственно-временной дифференциации коммуникантов. Виртуальная коммуникация реализуется в ходе преобразований статуса пространственно-временных свойств. Е.Н. Вавилова обращает внимание на то, что «двойственность параметра места складывается из наличия реальных физических пространств авторов писем и некоего виртуального, в котором протекает данный дискурс», а также «вследствие непрерывности коммуникации возникает особый пласт времени, связанный с конситуацией общения» [6, с. 36].

Специфика самоидентификации языковой личности в социальной сети также определяется выбором вида социальной сети и, таким образом, коммуникативного пространства.

Процессы виртуальной и реальной самоидентификации отличаются степенью вовлечения в них самой личности. Виртуальная самоидентификация имеет также вторичный характер по отношению к реальной. При этом личностное развитие индивидов пре-

терпевает существенные изменения вследствие активного участия в виртуальной коммуникации в социальных сетях.

В результате социального взаимодействия между индивидами в сети каждый человек самоидентифицируется как личность, как социальный субъект и субъект коммуникации. Данные трансформации возможны вследствие как объективных, так и субъективных факторов.

Лингвисты, изучающие данную тему, объединяют такие термины, как «свобода идентификации» и «свобода коммуникации»: «Конструируемость личности в Интернете даёт свободу идентификации: виртуальное имя, виртуальное тело, виртуальный статус, виртуальная психика, виртуальные привычки, виртуальные достоинства и виртуальные пороки. А виртуальная идентичность, в свою очередь, даёт свободу общения» [7, с.224].

Коммуникативная компетенция виртуальной языковой личности определяется владением знаниями и навыками, важными для осуществления коммуникации в рамках виртуального дискурса. Обмен знаниями в виртуальном дискурсе определяется несколькими факторами: энциклопедическим, лингвистическим и интерактивным, специфическими в сравнении с реальным дискурсом.

Являясь промежуточным звеном в субъект-субъектной коммуникации, Интернет способствует изменениям условий социализации личности и приводит к образованию специального Интернет-этикета, который используется целыми сообществами [11]. Участники виртуальной коммуникации могут использовать различ-

ные языковые средства чтобы достичь необходимого результата в процессе коммуникации в виртуальном пространстве. В данном виде коммуникации язык в виде системы письменных знаков, представляет собой основное средство общения. Аватары, значки, рисунки, смайлики, графические изображения считаются второстепенными средствами общения.

Основную трудность в процессе виртуальной коммуникации в сравнении с реальным общением представляет передача эмоциональной составляющей речи. Для достижения нужного эмоционального эффекта субъекты электронной коммуникации «играют» с письменной формой языка. Этот процесс способствует изменению правописания, умножению согласных и гласных, появлению намеренных ошибок и др. В реальной устной речи мы также можем отметить похожие изменения. Однако на письме эти приёмы приобретают особое значение ввиду отсутствия иных способов передачи эмоциональных состояний.

Впоследствии такой видоизменённый язык считается отличительной характеристикой всех сетевых сообществ. Субъекты виртуальной коммуникации часто начинают применять отдельные языковые формы в своей реальной устной речи. Наряду с этим происходит процесс создания неофициальных словарей. Это даёт возможность появлению сетевого сообщества, которое объединяется в результате создания общих коммуникативных целей, интересов и посредством использования единого правила использования языковых средств. В результате мы можем отметить зарождение новой субкультуры людей, которые живут,

общаются, работают и отдыхают в Интернете.

С точки зрения второй тенденции, за последние годы уменьшилось число работ по тематике «сетевой» идентичности. Данному факту способствовали эксперименты психологов, в результате которых не было выявлено «расщеплённых» и «множественных» личностей, с которыми произошли подобные изменения под влиянием коммуникации в виртуальной среде. Так, американские и немецкие учёные провели исследование в 2010 году и доказали экспериментально, что социальные сети представляют собой эффективный ресурс для выражения реальной идентичности. Также было обосновано, что социальные сети способствуют трансляции различных аспектов личности, таких как - ближайшее окружение, образы поведения, интересы, внешность, симпатии и антипатии, которые в целом сообщают подлинную информацию о человеке, хотя отдельные параметры и могут быть идеализированы [1, с. 372-374.]. Таким образом, согласно проведённым исследованиям, в социальных сетях практически отсутствует ложная идентичность. Также доказано, что большой процент пользователей открыто заявляет о своей персоне и проецирует реальную идентичность в виртуальную среду.

Большинство авторов (Соколов, 2007; И.В. Костерина, 2008; M.D. Back, 2010; R.E. Wilson, 2012; М.М. Н.В. Зудилина, 2012) в последние годы не принимают саму идею конструирования сетевой идентичности. Они обращают внимание на стремление личности к достоверности и самовыражению как в объективной реальности, так и в Ин-

тернет пространстве. Самопрезентация индивида в Интернете имеет такие формы, как аватар, блог, страница в социальной сети, ник. Данные символические объекты привлекательны для пользователей с точки зрения свободы их использования и способствуют отражению подлинной сущности «Я». В пространстве социальных сетей индивид создаёт «виртуальную оболочку» для отражения проекции своей реальной идентичности. Пользователь, конечно, может представить ложную информацию такой проекции, но её убедительность в основном зависит от реальных способностей и возможностей индивида, например от его способности к актерскому мастерству.

И.В. Костерина пишет, что «мифы о конструировании и придумывании себе псевдоличностей в блогосфере, кажется, развенчаны окончательно: люди не хотят пользоваться тем преимуществом, которое воспевали раньше обитатели сети – анонимностью и возможностью примерить на себя другую социальную маску. <...> Игра с идентичностью в блогах часто приводит к раскрытию и публичному порицанию обманщика» [8, с. 183-191]. Также данный российский исследователь не приемлет концепции «виртуальной личности» и отмечает её несостоятельность по причине её полного слияния с реальной личностью. Она отмечает, что попытки по описанию «виртуальной идентичности» не имели успеха, поскольку она создаётся по принципам, схожими с действующими лицами в офлайне [8, с. 183-191].

Стоит отметить некоторые отличия между процессом становления личности в условиях виртуальной коммуникативной среды и процессом

самоидентификации личности в объективной реальности:

1. В условиях объективной реальности личность с момента рождения исследует и воспринимает себя обособленно от окружающего мира. – Также и в виртуальной коммуникации индивид оценивает все аспекты происходящего сквозь призму противопоставления. Это даёт начало развитию процесса психофизиологической самоидентификации.

2. На следующем этапе реальной жизни личность приобретает имя. – В условиях виртуального пространства пользователь именуется самостоятельно, создавая ник, в котором и выражается суть его персоны. Развивается процесс психофизиологической самоидентификации, и появляется личностная самоидентификация.

3. Позже индивид отправляется в социум, причём ему не приходится выбирать определяющую его ячейку (речь идёт о младших и средних образовательных учреждениях). – В виртуальной среде личность имеет выбор сообществ для установления социальных контактов. Из личностной самоидентификации эволюционирует социальная. Желая достичь социальной идентичности, виртуальная личность осуществляет свой потенциал через противопоставление своей сущности с окружающей его действительностью.

В процессе карнавального общения в социальных сетях индивид представляет различные стороны своего реального или желаемого «Я», создаёт идентичности посредством виртуальных персонажей. Отсюда следует, что социальная и личностная идентификация в виртуальной коммуникации являются сознательным творческим процессом,

в котором главную роль выполняют средства репрезентации высказываний на языке киберпространства.

Исходя из того факта, что главной особенностью социальных сетей, как особого жанра Интернет-коммуникации, является наличие как синхронной, так асинхронной коммуникации, мы отмечаем специфику самого процесса самоидентификации.

Конструирование социальной идентичности в социальной сети как синхронного способа коммуникации, состоит из нескольких стадий, в результате прохождения которых происходит трансформация сетевой личности из статуса «новичка» в «старожилу». В языковом оформлении данный процесс отражает постепенный отказ от употребления параграфемки и отмечается предпочтение изложения мыслей в кратких формах, более мотивированное использование эмодиконов [14]. Это свидетельствует о том, что конструирование целостного образа «Я» затрудняется быстрой скоростью коммуникации и главное место занимает процесс приобретения социального статуса.

При рассмотрении асинхронной коммуникации, когда высказывания собеседников статичны во времени, предоставляется возможность повторного возвращения к написанному с целью анализа и оптимизации дальнейших коммуникативных действий, а следовательно, к более тщательному продумыванию своего образа.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бахтин М.М. Автор и герой в эстетической деятельности // Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 63 с.

2. Большой психологический словарь / Под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. М., 2003. 672 с.
3. Вавилова Е.Н. Жанровая квалификация виртуального дискурса телеконференций: автореф. дис. канд. филол. наук. Томск, 2001. 36 с
4. Иванов Д.В. Виртуализация общества. СПб.: Петербургское востоковедение, 2002. 224 с.
5. Костерина И.В. Публичность частных дневников: Об идентичности в блогах Рунета // Неприкосновенный запас: Дебаты о политике и культуре. 2008. № 3. С. 183-191.
6. Лаппо М.А. Самоидентификация и самопрезентация в разных типах дискурса. Вестник НГУ. Серия: Психология. 2012. Том 6, выпуск 2. С. 72-76.
7. Луман Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии. Вып. 3. СПб., 2000. 43 с.
8. Минаков А.В. Некоторые психологические свойства и особенности Интернет как нового слоя реальности. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.psychological.ru/lim/obsheprof/psobshen/doc32.html> (дата обращения: 12.05.2015).
9. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры, 1991. 588с.
10. Шелякин М.А. Очерки по прагматике русского языка. М., 2010. 285с
11. Щербаков М. Кластерная теория интеграции. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ipd.ru/articles/ident_article.shtml. (дата обращения: 10.04.2015).
12. Школовая М.С. Лингвистические и семиотические аспекты конструирования идентичности в электронной коммуникации: автореф. дис. ... канд/ филол. наук. Тверь, 2005. 174 с.
13. Back M. D., Stopfer J. M., Vazire S., Gaddis S., Schmukle S. C., Egloff B., Gosling S. D. Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization // Psychological Science. 2010. № 3. P. 372–374.
14. Suler, J.R. Identity Management in Cyberspace. Journal of Applied Psychoanalytic Studies, 2002. P. 455-460.