

## ПЕРСОНИФИКАЦИЯ И ДЕПЕРСОНИФИКАЦИЯ – ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ПРОЯВЛЕНИЯ КАРНАВАЛЬНОСТИ В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Егорова В.И.

ГОУ ВПО «Юго-Западный государственный университет», Курск, Россия (305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94), e-mail: [tinkivinki78@yandex.ru](mailto:tinkivinki78@yandex.ru)

В данной статье описываются языковые явления – персонификация и деперсонификация в виртуальном мире. Рассматривается основное понятие виртуальной реальности – карнавальность, которую автор понимает как иллюзорное погружение в другую среду с использованием карнавальных атрибутов. Автор приходит к выводу, что персонификация и деперсонификация – это основные формы проявления карнавальности в виртуальной среде. Персонификация формируется под воздействием маскарадных эдитов, т.е. дополнительных, но в то же время и обязательных атрибутов виртуальной среды (ники, аватары, юзерпики и т.д.) и бывает двух видов: я – виртуальный и виртуальные друзья. Деперсонификация формируется благодаря языку. С точки зрения языка деперсонификация проявляется на нескольких уровнях: лексическом (ПТУ-стайл, жаргон, словообразование), морфологическом (использование тех или иных частей речи пользователями) и синтаксическом. В заключение автор приходит к выводу, что именно эти формы карнавальности помогают строить образы как свои, так и виртуальных собеседников.

Ключевые слова: реальный мир, виртуальный мир, карнавальность, персонификация, деперсонификация, эдиты.

## PERSONIFICATION AND DEPERSONIFICATION – BASIC TYPES OF CARNIVAL IN VIRTUAL REALITY

Egorova V.I.

Southwest State University, Kursk, Russia (305040, Kursk, 94, 50 let Oktyabrya), e-mail: [tinkivinki78@yandex.ru](mailto:tinkivinki78@yandex.ru)

This article describes language phenomena of personification and depersonification in the virtual world. The basic concept of virtual reality is carnival, which is understood by the author as the fictional immersion into another reality with the help of carnival attributes. The author concludes that the personification and depersonification are the main forms of carnival in the virtual reality. Personification is formed with the help of masquerade edith. It is additional but at the same time essential attributes of virtual world (nickname, avatar, user's picture) and can be of two kinds: I am virtual and virtual friends. Depersonification is formed with the help of language. It can be on several levels: lexical (PTU-style, jargon, new words), morphological and syntactic. In conclusion the author says that these carnival forms help to build your own images and the images of virtual friends.

Key words: real world, virtual world, carnival, personification, depersonification, edith.

Компьютеризация всех сфер деятельности и жизни человека, наверное, самый впечатляющий феномен последней четверти XX века. Благодаря развитию информационных технологий появилась и новая форма бытия – виртуальная реальность, т.е. реальность, созданная с помощью компьютерных средств, но наподобие реального мира. Все мы прекрасно понимаем, что виртуальный мир реально не существует, однако компьютер может воздействовать на зрительные, слуховые и другие органы чувств человека таким образом, что вызывает у него иллюзию погружения в какую-то другую, чем-то похожую на нашу, среду.

В связи с тем что виртуальное пространство – это некое подобие реальности, то и любые действия, события, происходящие здесь, проявляются и, соответственно, могут

оказать воздействие на виртуальное пространство, но не меняют его; и, наоборот, все, что происходит в виртуальности, влияет на реальный мир.

Еще из школьного курса физики мы помним, что два подвешенных на ниточках шарика притягиваются друг к другу, если они заряжены разноименно, и отталкиваются друг от друга, если их заряды одноименные [10]. Давайте предположим, что наши два шарика – это два противоположных пространства или мира: реальный и виртуальный. В силу того что виртуальный мир является как бы прототипом реального, однако с большим количеством отличительных черт, то соответственно, мы можем говорить о двух разноименно заряженных мирах, которые притягиваются друг к другу и взаимодействуют. Раз миры соприкасаются и взаимодействуют между собой, то должна быть некая точка соприкосновения, что-то общее, что присутствует и в той и другой реальности. Таких точек может быть несколько, в нашем случае это и человек, и компьютер, и даже такое явление, как карнавал. *Ведь это какое-то новое, светлое, яркое, веселое событие, знаменующее переход от чего-то старого, традиционного к чему-то светлому, новому; переход от обыденной, рутинной жизни к празднику.* Получается, что во время карнавала человек переходит из повседневности в карнавал, благодаря иллюзии погружается из реального мира в мир фантазий, шуток и веселья.

Как и в реальном карнавале, в виртуальности довольно обычной и массовой является следующая картина: люди создают свой образ, надевая разные маски, и месяцами, иногда ежедневно, общаются, строят отношения, сближаются неизвестно с кем, иногда даже не зная о своем собеседнике его пола и возраста, тем более географии и гражданства. Такое общение достаточно своеобразно, так как оно бывает дурачеством, игрой, карнавалом, розыгрышем, но бывает и иначе: такое общение вдруг становится предельно искренним, исповедальным и быстро, иногда внезапно, достигает невыносимой интимности. Виртуальная реальность вовсе не так же «полна искушений», как реальная, потому что в виртуальной их куда как больше [7].

Поэтому карнавал можно считать неким тоннелем вымышленного, иллюзорного перехода из реальности в виртуальность и наоборот (рис. 1).

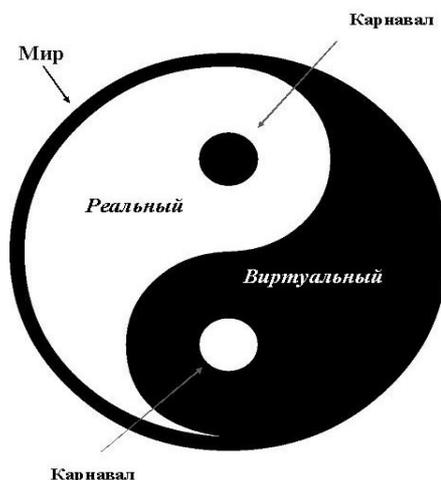


Рис. 1

Соответственно главной отличительной особенностью виртуальной среды, наряду с интерактивностью, гипертекстуальностью, глобальностью, креативностью, анонимностью, мозаичностью, снятием жестких социальных конвенций, кросскультурностью [1] – мы выделяем такое понятие, как карнавальность. Под *карнавальностью мы понимаем иллюзорное погружение в другую среду с использованием карнавальных атрибутов: ников, аватаров, масок*. Это некое состояние, в которое погружается человек, устраиваясь перед экраном монитора. Такое состояние достигается благодаря двум явлениям, свойственным любому карнавалу – это персонификация и деперсонификация.

Слово персонификация происходит от двух латинских слов: *persona* «лицо», и *facio* – «делаю», что означает представление природных явлений, каких-либо человеческих свойств или отвлечённых понятий в образе человека [9].

В течение всей своей жизни, начиная с младенчества, мы строим мысленные образы других людей и самих себя, которые и являются по своей сути персонификациями [8].

Общеизвестно, что как только человека перестает устраивать положение вещей в реальном мире – он обращается к виртуальному, так как при общении в виртуальной реальности нет никаких препятствий, нет возможностей для визуального контакта, в результате чего – полная анонимность. У человека появляется выбор, выбор своего образа: я-хороший или я-плохой.

Получается, что именно в виртуальном пространстве благодаря персонификации реализуется тот или иной образ. Когда коммуникант выбирает себе ник, прикрепляет себе аватарку, использует тот или иной стиль общения, все это не что иное как карнавальные признаки, а значит проявление карнавальности. Все это можно считать первым способом виртуальной персонификации, которую мы условно назвали «Я – виртуальный».

Второй способ – это общение с виртуальными друзьями, которые могут быть так же важны, как и реально существующие. Именно эти виртуальные друзья являются второй формой персонификации. Общаясь в сети, они уже сами надевают на себя карнавальные маски, создавая себе образ, а точнее, «персонифицируют» себя.

Следовательно в виртуальной реальности существует два подвида карнавальной персонификации: «Я – виртуальный» и «Виртуальные друзья». Обе эти персонификации связаны между собой и формируются под воздействием такого понятия, как маскарадные «эдиты». **«Эдиты» – это дополнительные, но в то же время и обязательные атрибуты проявления персонификации в виртуальной среде.**

Все «эдиты», на наш взгляд, можно разделить на 3 группы.

- ✚ Визуальные (юзерпики, ники и личные странички).
- ✚ Графические (смайлики, анимашки и игру шрифта и цвета).
- ✚ Звуковые.

Виртуальная реальность позволяет человеку, минуя все запреты и ограничения реальной жизни, реализовать свой творческий потенциал, воплотить в виртуальную жизнь то, что недостижимо в действительности. Это предоставляет неограниченные возможности для выражения своего «я». Анонимность и ограниченность эмоционального контакта позволяют пользователю творчески подходить к выбору своего речевого имиджа. При завязывании контакта участник заявляет о себе своим ником, аватаром, юзерпиком и т.д.

Кроме того, одной из важных особенностей персонификации является ее «креолизованность, то есть использование различных паралингвистических средств (рисунков, шрифта, цвета, графических символов и др.)» [Михайлов, Михайлов 2004: 43]. Их появление связано с тем, что в Интернете нет возможности передавать эмоции, интонацию, тон голоса, отсутствуют способы невербальной коммуникации (мимика, жесты). Для преодоления этих недостатков были созданы специальные значки и символы – эмотиконы, этемы или смайлики. Их появление в языке обусловлено, по нашему мнению, именно персонификацией карнавального общения в сети — свободного, спонтанного, живого. Естественно, они не способны передать все оттенки человеческих эмоций. Но смайлики весьма универсальны и функциональны: ведь какое-то ироническое высказывание может быть понято читателем как совершенно серьезное, если оно не маркировано соответствующим графическим эмоциональным знаком.

По утверждению Г. Е. Крейдлина, улыбки по своей изначальной физиологической природе являются такими жестами, которые в пределах данного невербального языка обладают собственно лексическим значением и способны выступать в коммуникативном

акте изолированно от речи, выражая эмоциональное состояние субъекта [Крейдлин 2002: 322].

Функционально эмодзи очень многогранны. С их помощью представитель виртуального сообщества создает свой образ (то есть демонстрирует эмоции и самого себя) и ближе знакомится с образом виртуального партнера по коммуникации, передает свое эмоциональное состояние в момент коммуникативного акта и воспринимает эмоциональное состояние своего визави, придает своему высказыванию определенную экспрессию. Эмодзи формируют ролевые взаимоотношения, способствуют выявлению статуса партнера, придают сообщению контекстную многозначность, часто связанную с лингвокультурологическим аспектом, смягчают или, наоборот, заостряют вербальную семантику высказывания, помогают коммуникантам в реализации закона экономии речевых средств, позволяющей приблизиться к живому темпу устной разговорной практики. Более того, с их помощью можно предположить, с кем вы общаетесь: с мужчиной или женщиной. Общеизвестно, что именно женский пол более скрупулезен в построении своих высказываний, им нравится как-то украшать свою речь. А в виртуальной среде это возможно с помощью огромного количества смайликов и игры шрифта и цвета.

В последнее время многие пользователи часто общаются между собой с помощью таких программ, как Skype, Messenger и др., где происходит живая беседа с помощью микрофона. Благодаря появлению звука в Интернете, пользователи могут общаться свободно с теми, кто находится на другом конце земного шара, узнавать что-то новое, совершенствоваться. Не имея картинки, но, тем не менее, по тембру голоса, по интонации, по построению беседы, вы персонифицируете как себя, так и своего виртуального друга. Т.е. мы видим, что карнавальная персонификация основывается главным образом на маскарадных эдитах.

Что происходит с деперсонификацией? Вторым видом карнавальности, на наш взгляд, является деперсонификация или, другими словами, обезличивание. Данное слово происходит от латинской приставки *de* со значением «отсутствие», «уничтожение» и слова *persona* – «личность». Оно означает чувство потери себя или личностной идентификации [3].

В виртуальной реальности мы наблюдаем не просто деперсонификацию, а, можно сказать, ультрадеперсонификацию, так как никто не знает настоящего имени собеседника, лица практически всегда покрыты маской, аватаркой. Человек живёт в сети по принципу «неважно, кто ты, главное, что ты говоришь и делаешь». Здесь не действует принцип – «встречают по одежке, а провожают по уму», так как общение протекает анонимно. Здесь не видна внешняя оболочка, да она и не нужна, потому что в сети важен внутренний мир

человека. Не виртуальный мир красит человека, а образ, созданный им, влияет на виртуальную среду.

Рассматривая понятие деперсонификации, нам кажется, что она, как и персонификация, проявляется двумя способами. Во-первых, коммуникант, несмотря на все имеющиеся в его руках полномочия, через свои действия реализует функцию деперсонификации (является живым существом), а уж затем какой-то конкретной личностью с конкретным ником – *Vaselisa-Премудрая, Vyashka, Svyatoslav...* Все эти *Vaselisy-Премудры, Vyashka, Svyatoslav* по мере своих способностей и качеств и сообразно объективным обстоятельствам влияют на виртуальное общение и виртуальное пространство в целом.

Во-вторых, при общении в виртуальной реальности, как мы уже упоминали выше, нет никаких препятствий, так как нет возможностей для визуального контакта, полное обезличивание, а значит полная деперсонификация. Получается, что именно через деперсонификацию должен реализоваться тот или иной образ. Но как? Конечно же, через язык.

С точки зрения языка деперсонификация проявляется на нескольких уровнях: лексическом, морфологическом и синтаксическом. Мы не будем очень подробно останавливаться на них, так как уже описывали их ранее (см. подр.: [2]).

Деперсонификация на морфологическом уровне представлена использованием коммуникантами различных частей речи. Наиболее часто употребляются самостоятельные части речи, особенно глаголы, существительные, прилагательные, хотя и служебные части речи также представлены достаточно полно. Например, в силу быстроты и краткости общения происходит опускание предлогов: «*Приезжаю женой дочкой встречайте*» [4].

На синтаксическом уровне деперсонификация может проявляться в виде аграмматизма, то есть отклонения от синтаксических и пунктуационных норм литературного языка со стороны автора текста. Реципиенты воспринимают подобные нарушения норм с высокой степенью толерантности, но все равно это оказывает влияние на образ коммуниканта. Аграмматизм здесь проявляется, чаще всего, в недостаточной или неверной расстановке знаков препинания и значительно реже – в рассогласовании, нарушении формально-синтаксической связи между частями высказывания и различного рода обрывах. Например: «*Из легкой симпатии это чувству так быстро превратилось в большее...*» [11].

Кроме того, благодаря тому, как коммуникант пишет (мы не берем во внимание различного рода опечатки из-за скорости письма), можно судить об уровне образованности партнера и собеседника. Если коммуникант допускает огромное количество ошибок, как грамматических, так и стилистических – то на самом деле это глубоко необразованный человек и в скором будущем вам просто надоест с ним общаться.

Представить образ своего собеседника можно и благодаря той лексике, которую он или она употребляет в своей речи. Рассматривая ранее особенности виртуальной коммуникации (см. подр.: [2]), нами были выделены следующие особенности:

- ❖ ПТУ-стайл;
- ❖ жаргон;
- ❖ словообразование.

Благодаря этим особенностям, на наш взгляд, можно легко составить себе образ собеседника. Например, ПТУ-стайл – это стиль общения, вошедший в моду и ставший символом принадлежности к контркультуре. Т.е. можно предположить, что те, кто прибегают к такому стилю общения – это люди, недовольные положением дел в реальности, но имеющие возможность об этом сказать открыто. Именно поэтому – виртуальная реальность становится для них своеобразным «островком спасения», где они выплескивают все свои чувства и эмоции.

Появление жаргона в среде пользователей также закономерно, так как Интернет, несмотря на безграничность и открытость, представляет собой довольно замкнутую систему, а ее пользователи – устойчивую социальную группу. Как у всякой замкнутой группы лиц, у коммуникантов сформировался свой особый жаргон, в основном связанный с компьютером. Это обусловлено тем, что изначально компьютером пользовались только по работе, а не в праздных целях: игры, общение и т.д. Поэтому благодаря тому жаргону, который коммуникант употребляет в своей речи, можно судить о его профессиональной принадлежности.

Анализируя словообразование, отметим, что в виртуальной среде оно представлено огромным количеством новых слов, заимствований из других языков, аббревиатур, сокращений и т.д. Нам кажется, что только молодежь может быстро реагировать на все те новшества, которые происходят в языке Интернета, а самое главное, запоминать их. Именно молодое поколение часто употребляет такие словечки, как *коннектиться*, *юзать*, *f2f* и др.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод, что ***виртуальная реальность – это особая иллюзорная среда, созданная человеком с помощью компьютера, главной особенностью которой является понятие карнавальности, проявляющееся в двух видах: в виде карнавальной персонификации и карнавальной деперсонификации.*** Именно эти две формы карнавальности помогают строить образы как свои, так и виртуальных собеседников.

## Список литературы

1. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2005. – С. 43.
2. Егорова В.И. Факторы проявления карнавальности в виртуальной реальности // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета (ВятГГУ). – 2011. – № 1. – С. 32-35.
3. Жмуров В.А. Большая энциклопедия по психиатрии 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/978/word/depersonalizacija>.
4. Иванов А.Ф. 2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sbiblio.com>.
5. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык. – М. : Новое литературное обозрение, 2002. – 592 с.
6. Михайлов В.А., Михайлов С.В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 34-52.
7. Носов Н.А. Виртуальная реальность // Вопросы философии. – 1999. – № 10. – С. 152-164.
8. Психологические теории и концепции личности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.my-article.net>.
9. Современный толковый словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.megabook.ru>.
10. Фомин Ю.А. Параллельные миры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.galactic.org.ua/pr-nep/Fiz-9.htm>.
11. Шенк Р.К. Обработка концептуальной информации / Роджер К. Шенк; пер. с англ. Г.В. Сенина; под ред. В.М. Брябина. – М. : Энергия, 1980. – 361 с.

## Рецензенты

Лебедева С.В., д.филол.н., профессор кафедры иностранных языков Юго-Западного государственного университета, Курск.

Климас И.С., д.филол.н., профессор кафедры русского языка Курского государственного университета, Курск.