

## РЕАЛИЗАЦИЯ ОСНОВНОЙ ИНТЕНЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В БЛОГОСФЕРЕ: КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ФИДБЕКА

Калашникова А. А.

ГОУ ВПО «Ростовский государственный строительный университет», Ростов-на-Дону, Россия (344022, Ростов-на-Дону, ул. Социалистическая, 162), e-mail: [kalashnikoffanna@gmail.com](mailto:kalashnikoffanna@gmail.com)

---

Статья посвящена коммуникативному поведению языковой личности в дискурсивной среде русскоязычного блога. Выявлены основные цели пользователя-блоггера: высказывание своей точки зрения относительно того или иного события или явления, а также получение максимального резонанса в ответ на высказанную точку зрения. Так как одна цель вполне является следствием другой, принято, что коммуникативная цель блоггера есть конечное желание получить отклик. В этом заключается диалогическая сущность жанра блога. Для воплощения основной коммуникативной цели блоггера, предопределенной спецификой жанра, реализуется коммуникативная стратегия, направленная на получение отклика. В статье рассматриваются механизмы ее воплощения с учетом специфики дискурсивного пространства блога на базе русскоязычной блогосферы – коммуникативные тактики в рамках стратегии фидбека.

---

Ключевые слова: языковая личность, блог, блогосфера, стратегия, фидбек.

## REALIZATION OF LANGUAGE PERSON'S MAIN INTENSION IN BLOGOSPHERE: FEEDBACK COMMUNICATIVE STRATEGY

Kalashnikova A. A.

Rostov State University of Civil Engineering, Rostov-on-Don, Russia (344022, Rostov-on-Don, Socialisticheskaya street, 162), e-mail: [kalashnikoffanna@gmail.com](mailto:kalashnikoffanna@gmail.com)

---

The article is devoted to the communicative behavior of language person in the discourse sphere of Russian-speaking blog. Main goals of blog-user are found: one's point of view on some occasion claiming; and also the maximum resonance as a reply on this point of view. Because of one goal is the consequence of the another, it is stated that blogger's communicative aim is to get the finish feedback. That is where dialogic nature of blog is contained. And communicative strategy of feedback directed to the feedback getting takes place for blogger's main communicative aim realizing. Its mechanisms in case of specific Russian blog discourse space such as communicative tactics of feedback strategy are studied in the article.

---

Key words: language person, blog blogosphere, strategy, feedback.

В рамках антропологической лингвистики коммуникативные стратегии как результат коммуникативного акта становятся важным сегментом реализации прагматического уровня языковой личности. «Коммуникативная стратегия может определяться как тип поведения одного из партнеров в ситуации диалогического общения, который обусловлен и соотносится с планом достижения глобальной и локальных коммуникативных целей» [6]. При этом коммуникативная стратегия «есть результат организации речевого поведения говорящего в соответствии с прагматической целеустановкой, интенцией. В широком смысле стратегия понимается как общее намерение, сверхзадача речи» [1].

Таким образом, коммуникативная стратегия – это часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели, «стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт» [5].

Говоря о блоге как дискурсивной среде, мы принимаем блоги как «постоянно обновляемые Интернет-страницы, где записи, относящиеся к конкретным датам, располагаются в обратном хронологическом порядке» [8].

В чем же чаще всего заключается коммуникативная цель автора блога? По нашему мнению, основных целей у блоггера две:

- высказать свою точку зрения относительно того или иного события или явления;
- получить максимальный резонанс в ответ на высказанную точку зрения.

Так как одна цель является следствием другой, примем, что коммуникативная цель блоггера – конечное желание получить отклик. В этом заключается диалогическая сущность дискурса блогосферы: одно высказывание автоматически предполагает ответную реакцию на него в виде другого высказывания – и далее по цепочке [2]. Таким образом, речевая стратегия языковой личности в русскоязычной блогосфере направлена на достижение именно этого результата: фидбека-отклика, поэтому назовем ее «стратегией фидбека».

Каковы же основные коммуникативные тактики в рамках стратегии фидбека, как «русская языковая Интернет-личность, взаимодействуя с массовым языковым Интернет-сознанием, создает новый мир и корректирует свое речевое поведение как единственный инструмент своего существования» [7] в блоге?

Пользователи в русскоязычной блогосфере во многом в зависимости от того, кем они являются в «реальной» жизни, в активности по достижению главной коммуникативной цели блоггера, делятся на два лагеря. Назовем их «аккуратные писатели» и «свои парни». Группа «аккуратных писателей» не приемлет блогowego, сетевого жаргона, молодежного сленга, следит за правописанием. Чаще всего к этой группе относятся т.н. «корпоративные блоги», либо веб-логи тех пользователей, которые используют блогосферу сугубо как средство коммуникации, не рассматривая ее как отдельную бытийную сферу. Т.е. в подобных блогах пишется о реальной жизни, в нем проявляется русская языковая личность в ее общенациональном проявлении без характерной специфической привязки с коммуникативными особенностями блога.

Однако разделение блоггеров на «аккуратных писателей» и «своих парней» неравномерно. Стремление получить фидбек заставляет пользователя стать «своим» в среде потенциальных адресатов. И в качестве кодированной тактики приобщения к коммуникативному социуму блогосферы языковая личность блоггера как представителя большинства прибегает к методу намеренных лингвистических девиаций, позволим себе именно так охарактеризовать предумышленные отклонения от норм русского литературного языка, совершенные ради осуществления основной коммуникативной цели блоггера.

И хотя, казалось бы, нарушение языковых норм – это категория, которую следует рассматривать при анализе первого уровня языковой личности, который, собственно, и является отражением языковых умений индивида [4], мы рассматриваем подобные лингвистические девиации в рамках исследования прагматического уровня языковой личности русскоязычного блоггера именно потому, что они осуществляются для реализации коммуникативной стратегии – составляющей третьего уровня языковой личности.

Действительно, норма как шкала переходов от того, что за пределами данной формы, к тому, что допустимо, но нежелательно, и далее к тому, что единственно возможно, – это показатель формы языка и характеристика говорящего как речетворца. Однако нарушение языковой нормы – далеко не всегда является показателем безграмотности со стороны нарушителя, оно вполне может служить средством стилистического креатива, и «свободная», позволяющая расширять дискурсивные границы, коммуникация в блоге имеет своей характерной чертой намеренные, предумышленные лингвистические девиации, целью которых как раз и является выстраивание специфической дискурсивной микро-среды в акте коммуникации с последующим достижением фидбека от адресатов. Обратимся к более подробному анализу этого явления.

Одним из наиболее часто встречающихся девиантных лингвопроявлений является намеренное искажение блоггерами орфографии. Рассмотрим, например, такой отрывок из блога fridka (fridka.livejournal.com):

*«Нифиша не успеваю. Так что короткой строкой: Кустурица – велик и прекрасен. Первосортный стьоп, толпа красивых дэффушек из партера на сцене и ощущение балагана, которого не хватает в жизни. Завтра утром (с 11 и до упора) мне нужно будет многа-многа удачи. Расскажите, кто-нибудь вел виртуала достаточно долго? Причем с какафечками на форумах, с дневнегаме на трех серверах? Стоит ли за такое браццо? Скоки за такое стоит брать».*

В данной цитате мы находим семь намеренных орфоискажений: *стьоп, дэффушек, многа-многа, какафечками, дневнегаме, браццо, скоки*. То, что эти искажения являются намеренными, а не простыми ошибками, однозначно подтверждает правильный синтаксис текста с грамотно расставленными знаками препинания.

Подобные языковые «упущения» допускаются людьми, вполне способными писать грамотно, намеренное стремление к аграмматизму является ничем иным, как средством влияния на адресата, методом создания образа автора. Коммуникант подобным образом демонстрирует свою степень владения речью, настолько высокую, что он имеет возможность не только писать грамотно, но и играть словами, жонглировать константными правилами. Другой целью намеренного орфоискажения как раз является попытка деформализовать

текст, акцентироваться на шутливой форме – и, став «своим», получить долгожданный фидбек.

Тем же целям служит употребление в блогосферном дискурсе нецензурных слов в девиантной форме. Действительно, многие, зачастую несущие провокативную коннотацию лингвистические действия языковой личности в пространстве блога производят впечатление определенной смягченности, если они осуществлены с применением приема «потешной компенсации». Так, по аналогии с детскими «потешными» наименованиями условно-табуированных понятий (например, названий гениталий, обозначений определенных функций организма и т.д.), коверканное употребление матерных и просто бранно-грубых слов позволяет, с одной стороны, четко обрисовать провокационную направленность коммуникации, а, с другой стороны, нивелировать откровенную грубость воплощения.

Подобным образом пользователи также стремятся достичь категории «своеости» (ведь в последнее время сниженная лексика становится все более коммуникативно-употребляемой, особенно, среди молодежи), при этом стараясь хотя бы в какой-то степени избежать открытого использования нецензурного в своем дискурсе.

Еще одной характерной особенностью «своих парней» добиться фидбека в рамках неформального дискурса блога является уподобление подобной коммуникации – электронной, и, по сути, текстовой, коммуникации устной, дабы сообщить ей эмоциональность. Действительно, в блогосфере не редкость попытки авторов передать устную речь на письме. Основными способами реализации этого намерения являются следующие приемы: эмоциональность, передаваемая обычно многократным написанием гласных или использованием заглавных букв; умножение гласных и согласных в слове; игнорирование заглавных букв на письме, либо использование в основном прописных букв; разбиение слова на слоги или буквы с помощью дефиса; разного рода шрифтовые выделения: курсив, жирный шрифт, подчеркивание, написание слова заглавными; при написании отдельных слов следование не орфографическим, а разговорно-орфоэпическим правилам («как слышится, так и пишется»); применение множественных многоточий в качестве «маячков» пауз, которые имели бы место в случае «проговаривания» текста; использование «смайликов»-эмотиконов – идеограмм, изображающих эмоцию.

В качестве примера использования этих приемов рассмотрим записи из блога пользователя anyaz ([anyaz.livejournal.com](http://anyaz.livejournal.com)). Всего в трех записях, идущих друг за другом, создавая образ своей языковой личности, юзер применил сразу несколько способов эмулирования разговорной речи:

1) многоточия, орфоэпическое написание слов (юпке, не серьезна), выделение жирным шрифтом, игнорирование заглавных букв:

*«...в юлке идти гулять или нет? Есть веские причины на то и на другое...*

*...почему в такой несерьезной жизни- такие серьезные проблемы?*

*ответ не придумала.... просто решила **развлекаться** дальше.... потому что уже не серьёзна.....»;*

2) игнорирование заглавных букв, выделение жирным шрифтом, многоточия, смайлики, дублирование букв в словах и одновременное с этим орфоэпическое написание (вкууусна):

*«завариваю чай, вкууусна..... да,да.. я опять заболела :) не прошло и **недели** , как закрыли больничный.:) ..... :))))»;*

3) многоточия, смайлики, дублирование букв в словах (Вааааленки, даааа Ва-а-а-аленкиии), выделение заглавными буквами:

*«Вааааленки, даааа...Ва-а-а-аленкиии.... ПРОДАЮЦЦА:) Если закажете с розово-фиолетовыми цветами-скидос неимоверный :))))».*

Уделим особое внимание такому популярному в блоге коммуникативному приему, как использование многоточий: именно он не только сообщает тексту эмоциональность, но и способствует созданию у адресата ощущения предполагаемого продолжения коммуникации. Благодаря многоточиям коммуникант в блоге реализует как диктумный план текста (выражается неопределенность, недосказанность), так и модусный (меняется способ рассказывания). Опосредованно многоточия как сигнификаты длящейся, незавершенной коммуникации способствуют тому, чтобы топик-стартер (т.е. блоггер, высказавший свое мнение) получил фидбек. С помощью многоточия блоггер способен в той или иной мере управлять темпом повествования.

Далее рассмотрим более подробно столь важный элемент выражения языковой личности в блогосфере, как эмотиконы. «Эмотиконы», синонимом которых являются «смайлики», состоят из знаков препинания или графических символов, этот термин появился при объединении понятий «эмоция» и «иконки» (emotion, icon). Поскольку виртуальное общение предполагает отсутствие таких жизненно важных для выражения мнения и отношения явлений, как мимика и жесты, для решения этой проблемы в он-лайн коммуникацию и были введены эмотиконы. Как же они влияют на восприятие сообщения? Хотя отдельные исследования показывают, что словесное содержание все еще затмевает смайлики, воздействие последних не низводится до самого текста сообщения. Помимо прочего, эмотиконы являются непосредственным инструментом формирования впечатления от позиции автора, либо его личности. С течением времени использование эмотиконов становится все в более высокой степени обусловлено реализацией со стороны коммуникантов стратегии фидбека: по данным ранее проведенных исследований [3],

немногим менее 50 % респондентов назвали в качестве мотивации для применения смайликов «желание привлечь внимание» – то есть интенцию на получение отклика от адресатов.

Стремление языковой личности к устноподобности текста наиболее серьезно проявляется в диалоге комментариев в блоге. Авторы комментариев, во-первых, будучи подвержены «атмосфере», заданной «зачинщиком» – автором блога, а во-вторых, находясь в условиях опосредованной ограниченности способов, средств, а также времени (зачастую оставляющий комментарий к той или иной записи изначально подразумевает то, что автор, либо другие комментирующие, ему ответят, следовательно, в этом случае работает принцип «быстрее скажешь – раньше ответят»), особенно тяготеют к заведомой «устности» языка. Так, особенно в диалоге комментариев широко применяются сокращения, эмодзи, символы, орфоэпические написания, упрощение грамматических конструкций. Приведем в качестве примера такой «эпизод» в журнале zoe\_dorogaya (zoe\_dorogaya.livejournal.com). Старт-запись посвящена покупкам он-лайн:

*«Сегодняшняя ночь принесла еще один заказ на Виктории Секрет, конечно же, как всегда все самое необходимое разве можно прожить без штанов с павлинками, с 70 % скидкой?. Оспади, скорей бы распродажи закончились. В пути пять посылок. Вот она, овощная жизнь кормящей матери.*

*Дифченки, присоединяйтесь, ударим распродажами по семейному бюджету!*

*Янешопоголикянешопооликянешопоголикянешопоголикянешопоголикянешопоголик».*

В комментариях еще более ощутимо, чем в заглавной записи, проявляется описанное выше тяготение к устноподобию:

- maхгyта: *люблю эту марку:))*

- пucamb\_no\_пескy: *а я все никак не познакомлюсь с одёжковым инет-шопингом))) и слава богу))*

- kengu\_ry: *Я тут, пришибленная инстинктом само- и ребенкосохранения, хочу купить веревочную лестницу. На всякий случай чтобы была. Вот. Не встречала нигде?:)))*

- zoe\_dorogaya: *За сто рублей могу оффлайн жаться, а тут...эх)))*

*Прости пожалуйста, а не могла б ты поподробней объяснить технологию сохранения веревочной лестницей?)))*

- kengu\_ry: *А вдруг пожар?*

*НЕ ДАЙ, ГОСПОДИ!+*

- pitasha: *я кстате тоже давно о лестнице думаю...но у нас блин 8 этаж, боюсь лестниц таких нету((((*

- kengu\_ry: *Гагагагаг!!!:)))*

*Значит не у одной меня крыша течет:)))*

*- zoe\_dorogaya: хохохо ))) КРЫША - это харашо!*

И путем такой лингвистической тактики, как трансформация письменного дискурса блога в устноподобную, экономится время и упрощается коммуникация: экономится время на обдумывание, написание, проверку текста, а путем намеренного орфоискажения создается специфический образ пишущего, языковая личность которого проявляется в том числе и путем подобных отступлений от нормы. Таким образом, также воплощается одна из главных коммуникативных целей прагматического уровня языковой личности русскоязычного блоггера – получение фидбека. И в качестве конечного результата этого реализуется основная дискурсивная характеристика жанра блога – диалогичность.

### **Список литературы**

1. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург: Арго, 1996. – С. 21-48.
2. Калашникова А. А. К образованию новых речевых жанров в гипертекстуальном веб-пространстве // Язык. Дискурс. Текст: V Международная научная конференция, посвященная юбилею проф. Г. Ф. Гавриловой: труды и материалы. Ростов н/Д: АкадемЛит, 2010. Ч. 1. – С. 137-139.
3. Калашникова А. А. Языковая личность в русскоязычном блоге: когнитивно-прагматический аспект: дисс. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2011.
4. Караулов Ю. Н. Язык и личность. – М., 1989.
5. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. – М.: ПРИОР, 1998.
6. Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М., 2001.
7. Трофимова Г. Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России. – М.: РУДН, 2009.
8. Herring S. C. Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs [Текст] / S. C. Herring, L. A. Scheidt, S. Bonus, E. Wright. E. – Indiana Univ., 2004.

### **Рецензенты:**

Брусенская Л. А., доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой теоретической и прикладной коммуникативистики Ростовского государственного экономического университета «РИНХ», г. Ростов-на-Дону.

Куликова Э. Г., доктор филологических наук, профессор кафедры теоретической и прикладной коммуникативистики Ростовского государственного экономического университета «РИНХ», г. Ростов-на-Дону.