

5. Гофман Э. Ритуал взаимодействия. Очерки поведения лицом к лицу. – М.: Смысл, 2009. – 319 с.
6. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Структурализм: «за» и «против»: Сб. статей. – М.: Прогресс, 1975. – 193 с.
7. Austin J.L. A Plea for Excuses // Philosophical Papers. Oxford Uni. Press, 1979. – 175 p.
8. Kerbrat-Orrechioni C. Les Interactions verbales. – Paris, Armand Colin, 1994. – P. 161-179.

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

Le Monde [Электронный ресурс] / 2016 – URL: http://www.linternaute.com/actualite/depeche/afp/22/1612838/syrie_25_civils_tues_dans_un_raid_aerien.html

VERBAL DEFENSE IN DIALOGICAL DISCOURSE

L. P. Burmistrova

Tver State University, Tver

The study covers the problem of linguistic and communicative defense against verbal / non-verbal aggression in a dialogical discourse within the framework of universal structure of language act, taking into account socio-linguistic parameters. Analysis includes the factors that contribute to the choice of language means of verbal defense.

Key words: *verbal defense, verbal / non-verbal aggression, communicative situation, framing script.*

Об авторе:

БУРМИСТРОВА Людмила Павловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры французского языка Тверского государственного университета, *e-mail:* lpburmistrova@mail.ru

УДК 81

БЛОГИ ОТ ЛИЦА НЕОДУШЕВЛЕННЫХ ПРЕДМЕТОВ: ОСОБЕННОСТИ ПЕРСНИФИКАЦИИ

С.Ю. Воскресенская

Тверской государственный университет, Тверь

В статье рассматривается феномен блогов от лица неодушевленных предметов. Персонификация рассматривается как языковая игра, служащая реализации творческого потенциала автора. Выделяются особенности персонификации, обусловленные специфическими характеристиками блогов как жанра интернет-коммуникации.

Ключевые слова: *персонификация, блог, дискурс, интернет, твиттер.*

Интерес лингвистов к интернет-среде непрерывно возрастает. «Созданная как усовершенствованное средство коммуникации, электронная среда достаточно быстро эволюционирует и наполняется характеристиками, превышающими возможности базовой реальности во многих сферах. <...> Фундаментом созданного человеком виртуального мира стала Идея, человеческая мысль, что предопределило атмосферу творчества, царящую на просторах Интернета» [Сколота 2014: 199]. Сеть Интернет содержит множество любопытнейших примеров языкового творчества.

В данной статье будет рассмотрен такой феномен интернет-коммуникации, как блоги и микроблоги, которые ведутся от имени неодушевленного предмета, например, Кремлевских курантов и лондонского Биг-Бена. Хотя часы сообщают лишь «БОМ! БОМ!» и, соответственно, «BONG BONG», тот факт, что аккаунт ведется от их имени, заставляет думать о них как о живых существах. Блоги пользуются популярностью: у курантов более 9 000 читателей, а количество читателей твиттера Биг-Бена превышает 484 000 человек. Несомненный интерес представляют блоги, в которых неодушевленный предмет наделяется сознанием и речью. Например, в Американском музее естествознания в Нью-Йорке «живет» чучело кита, ведущее микроблог Twitter. Кит поздравляет подписчиков с праздниками, сообщает интересные факты об анатомии китов, размещает фотографии, рассказывает о своем настроении.

Так как общение в сети Интернет имеет свои особенности, представляется необходимым дать определение блога. Так, некоторые исследователи отмечают, что «хотя у блога и дневника и имеются определенные общие черты, например, датированные постоянно обновляемые записи, зачастую выражающие мысли и мнение автора, в качестве контента, все же блог – это не дневник в полном смысле этого слова» [Кудряшов 2015а: 28]. Например, важной особенностью блога является его диалогичность: «В блогосфере отмечаются естественные процессы взаимодействия коммуникантов, при этом блогу, в отличие от традиционного «письменного» дневника, параллельно с монологичностью присуща и диалогичность, так как блог подразумевает коммуникативное взаимодействие» [Кудряшов 2015b: 41]. Поскольку мы рассматриваем феномен одушевления вещей в блогах, микроблогах, а также в социальных сетях, имеет смысл использовать широкую трактовку термина блог: «Блог представляет собой веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Блоги (к примеру, Livejournal, Blogger и др.) состоят из ряда записей временной значимости, упорядоченных в обратном хронологическом порядке. Блог может иметь форму персонального сайта, если основное его содержание представлено в форме личных записей автора и комментариев пользователей к этим записям» [Дахалаева 2013: 28].

Четкая классификация блогов еще не разработана. Но в интересах нашего исследования можно разделить их на два вида: блоги, авторы которых не скрывают свою личность и блоги, авторы которых создают себе маску вымышленного персонажа. И.А. Кудряшов и А.А. Калашникова называют такие блоги *призрачными*: «призрачный блог – журнал, который ведет от чьего-либо лица неустановленный автор, скрытый за некоей маской (это может быть маска мифического, придуманного индивида, также может иметь место мимикрия под известное лицо). Призрачный блог чаще всего – блог-игра» [Кудряшов 2015а: 28]. Добавим, что маской может служить и персонифицированный образ неодушевленного предмета.

Многие лингвисты, исследуя жанры интернет-коммуникации, выделяют такое качество виртуальной среды, как *карнавальность*: «Виртуальное пространство карнавально по своей сути, в нем отрицается реальная жизнь, реальные статусы, общепринятые нормы общения и просто реальные люди. Это игра условностей и условных персонажей» [Егорова 2012: 12]. В.И. Егорова относит к карнавальным жанрам «все жанры коммуникации, где чаще всего пользователь при общении надевает на себя карнавальную маску, не желая показывать своего истинного лица. Это: ICQ, чат, форум, гостевые книги и, конечно же, МПМ» [Егорова 2012: 15]. Исследователь также выделяет обыденные жанры коммуникации: «Обыденные жанры – это e-mail, ньюсгруппы и дневники. Это связано с тем, что к этим жанрам пользователь прибегает постоянно, использует их в доверительной беседе не стесняясь открыть свое истинное лицо» [там же]. Хотя В.И. Егорова не рассматривает блоги как карнавальные жанры, блоги от имени вещей характеризуются как раз карнавальностью.

Блоги, ведущиеся от лица неодушевленных предметов, представляют собой яркий случай персонификации. Причем персонификация используется здесь намеренно, как прием для создания интересного образа (вспомним о ее текстообразующей функции). Но в отличие от художественного текста, строящегося в соответствии с определенным замыслом, блог представляет собой гипертекст, у которого есть начало (дата регистрации), но нет конца, нет определенного сюжета. В блогах персонификация выражается особенно ярко, создавая иллюзию присутствия *здесь и сейчас*: предмет разговаривает, выкладывает фотографии, отвечает на комментарии, живет своей жизнью. В качестве примера можно привести блог убирающего город Тверь пылесоса Johnston, у которого есть профиль в социальной сети Вконтакте. О выразительности образа свидетельствуют следующие комментарии подписчиков:

Я разговариваю с пылесосом. Отлично вообще, это Тверь.
Тверь – это когда пылесос говорит с тобой.

Примечательно, что образ ведущей блог машины был воспринят с некоторым удивлением (реплики содержат ироничные намеки на умопомешательство), хотя при других обстоятельствах (например, в рекламе

или в художественных текстах) персонификации не осознаются как необычное явление. Характерно, что при персонификации машины произошла трансформация имени из фирменного названия Johnston в диминутив Джонни. Блог содержит фотографии пылесоса с подписями: «Джони в работе», «Джонни пашет», «Темный рыцарь на крыльях ночи», «Опять наследили, ну только ж помыл!». Любопытно, что записи от третьего лица чередуются с репликами самого Джонни. Жизнь у пылесоса насыщенная: он чистит город, враждует с голубями, жалуется на ямы, встречается с многочисленными родственниками. Подписчики (а их у Джонни уже 479) комментируют его работу и дают, например, такие указания: «Джонни, позови старшего братика на набережную Тьмаки», «Джонни, песка в центре как-то прибавилось. Приберись, что ли».

Если образ оказывается удачным, то зачастую предмет «заводит» себе аккаунты в нескольких социальных сетях сразу. Например, Казанский Снег ведет страницы ВКонтакте и Twitter. Блог от имени Казанского Снега демонстрирует весьма удачный образ, набравший уже 2427 друзей в сети ВКонтакте. Персонификация в данном случае открывает богатые возможности для языковой игры, каламбуров, даже аллюзий на политические события:

У нас с зимой возникли проблемы с пересечением границы России. Спецслужбы проверяют мои снежинки и просят каждую задекларировать. Думаю, в ближайшее время все вопросы на таможне уладим и скоро все будет как надо))))

Что-то я в Казани конкретно взмок.

Сегодня у меня выходной. Буду просто лежать.

У меня возникли перебои с поставками снежинок. Санкции(((Надеюсь, что на этой неделе решу этот вопрос и возобновлю наполнение городских сугробов.

Пожалуй, самым знаменитым предметом, ведущим блог, является Камень в лесу, зарегистрированный в Livejournal, в Twitter и в сети ВКонтакте. Камень говорит о себе просто: «Я – камень, который живёт на лесной полянке. Мне 250 млн. лет». Камень прославился тем, что каждый день сообщает: «Сегодня ничего не произошло». Тем не менее, растущая популярность иногда сподвигает его на откровения:

Сегодня ровно год, как я завёл себе твиттер. За исключением событий 24 мая, за год ничего не произошло. Но есть кое что удивительное: за этот год меня стали читать 15 тысяч людей! Спасибо вам огромное за внимание, я этого никак не ожидал. А пока я продолжаю лежать на моей уютной лесной полянке. Тёплое летнее солнце, пробиваясь сквозь листву, приятно нагревает меня. Да согреет и порадует оно и вас, друзья, в ваш субботний выходной день!

P.S. Сегодняшний день будет длиннее на 1 секунду. Может быть, во время неё что-то может и произойти.

Популярность Камня уже привела к появлению подражателей. Так, в Twitter появились аккаунты Камня на Марсе и Камня на Луне. Камень на Марсе оказался довольно разговорчивым, острит по поводу марсохода Curiosity (у которого тоже есть свой твиттер, и не один):

НЕТ ЗДЕСЬ НИКАКОЙ ВОДЫ, ВАМ ПОКАЗАЛОСЬ. И НЕ
НАДО СЮДА ЛЕТЕТЬ, ТУТ ПУСТЫНЯ И СКУЧНО

Все ещё жду обещанного урожая яблок

На Марсе сегодня ничего не произошло. В отличие от кое-какой другой планеты.

Не прошло и нескольких месяцев, как Куриосити наконец смог определить, что мы осадочного происхождения. Браво.

Марсоход Curiosity представлен в блогосфере в нескольких ипостасях. Один ожидаемо пишет по-английски, а другой объясняется на русском, причем рекомендует себя так: «гордый, самовлюбленный, эгоцентричный и коммуникабельный марсоход. Пишу в командировке о красной планете».

Кстати, особенностью блогосферы является и то, что участники ссылаются друг на друга, создавая гиперблоговое пространство цитат. Например, Камень на Марсе спрашивает подписчиков: «Кстати, вам не кажется, что @kamen_v_lesu как-то редко стал писать?»

В число претендентов на оригинальность можно включить и менее популярные блоги. Так, Камень на Луне, пишет сообщения в духе «Пролетел метеорит, движется на соседнюю планету», Лесной Пень, подобно Камню в лесу, повторяет фразу «Сегодня ничего не произошло» или «Сегодня промок под дождем», а Мудрый Пень пробует философствовать: «Пнём заканчивается жизнь могучих дубов. Пнём начинается жизнь прекрасных берёзок».

В принципе, персонификация не знает ограничений при выборе объекта. Существует даже твиттер «Усы Пескова». Но потенциальная бесконечность дискурса в блоге требует от автора оригинальности и неиссякаемого чувства юмора, а также постоянной работы над образом. Причем автор вынужден сохранять анонимность: если он сбросит маску, игра закончится, и интерес к блогу пропадет.

Таким образом, можно заключить, что персонификация в блогах от лица неодушевленных предметов выполняет функцию языковой игры и служит творческой самореализации автора, причем удовольствие от игры компенсирует невозможность выступить под своим именем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дахалаева Е. Ч. Автореферентные жанры интернет-дискурса / Е.Ч. Дахалаева // Вестник Иркутского гос. лингв. ун-та. – 2013. – № 4 (25). – С. 24-29.
2. Егорова В.И. Карнавальные и обыденные жанры виртуальной коммуникации / В.И. Егорова // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2012. – № 1. – С. 11-15.
3. Кудряшов И.А. Блог как сфера представления стереотипизированного образа носителя культурно-языковых ценностей / И.А. Кудряшов, А.А. Калашникова //

- Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2015. – №3 (19). – С. 26-33.
4. Кудряшов И.А. Блог как сфера реализации социокультурных стереотипов / И.А. Кудряшов, А.А. Калашникова // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2015. – №2 (18). – С. 40-48.
 5. Сколота З. И. Самоидентификация и самопрезентация человека посредством творчества в виртуальном мире / З.И. Сколота // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2014. – № 3. – С. 198-205.

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

Камень в лесу [Электронный ресурс] – URL: <http://dnevnik-kamnya.livejournal.com>

Камень на Луне [Электронный ресурс] – URL: <https://twitter.com/StoneOnMoon>

Камень на Марсе [Электронный ресурс] – URL: <https://twitter.com/stoneonmars>

Кремлевские куранты [Электронный ресурс] – URL: https://twitter.com/boi_kurantov

Лесной Пень [Электронный ресурс] – URL: https://twitter.com/forest_penya

Марсоход Curiosity [Электронный ресурс] – URL: <https://twitter.com/curiosityru>

Мудрый Пень [Электронный ресурс] – URL: https://twitter.com/mudry_pen

Пылесос Jonston [Электронный ресурс] – URL: https://vk.com/johnston_tver

Усы Пескова [Электронный ресурс] – URL: https://twitter.com/sandy_mustache?lang=ru

Big Ben [Электронный ресурс] – URL: https://twitter.com/big_ben_clock

Curiosity Rover [Электронный ресурс] – URL: <https://twitter.com/marscuriosity?lang=ru>

NatHistoryWhale [Электронный ресурс] – URL: <https://twitter.com/nathistorywhale>

BLOGS ON BEHALF OF INANIMATE OBJECTS: SPECIAL FEATURES OF PERSONIFICATION

S.Yu. Voskresenskaya

Tver State University, Tver

The paper focuses on the phenomenon of blogging on behalf of inanimate objects. Personification is considered to be a language game to unleash the creative potential of the author. The paper highlights characteristics of personification associated with the special features of blogs as a genre of communication.

Key words: *personification, personalization, blog, discourse, Internet, Twitter.*

Об авторе:

ВОСКРЕСЕНСКАЯ Светлана Юрьевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры немецкого языка Тверского государственного университета, *e-mail*: lesefuchs@mail.ru