

*На правах рукописи*

**КАЗНОВА Наталья Николаевна**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ  
В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ  
(НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦУЗСКОЙ БЛОГОСФЕРЫ)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Пермь 2011

Работа выполнена на кафедре речевой коммуникации Пермского государственного национального исследовательского университета

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор  
*Овчинникова Ирина Германовна*

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор  
*Бразговская Елена Евгеньевна*

кандидат филологических наук, доцент  
*Глазанова Евгения Валентиновна*

Ведущая организация: Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет

Защита диссертации состоится 20 октября 2011 года в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 212.189.11 при Пермском государственном национальном исследовательском университете по адресу: 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Пермского государственного национального исследовательского университета.

Автореферат разослан 16 сентября 2011 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор филологических наук,  
профессор

С.Л. Мишланова

## Общая характеристика работы

Данное исследование выполнено в русле психолингвистики и теории коммуникации и посвящено изучению современного французского Интернет-дискурса, отражающего изменения специфики жанров и поведения языковой личности в условиях Интернет-коммуникации.

Современное общество определяется как информационное, что связано с повышением роли информации и коммуникации в жизни индивида. Сегодня отмечено не только увеличение числа межличностных и межкультурных контактов, но и появление новых способов связи. Особое место в системе человеческой коммуникации занимает всемирная сеть Интернет, представляющая собой не только телекоммуникацию, но и социальный, психологический и культурный феномен. Значительная часть коммуникаций перемещается сегодня в новое измерение – виртуальную реальность. Интернет предоставляет индивиду практически неограниченные возможности связи и взаимодействия с другими индивидами, а также возможности самопрезентации и самовыражения. В последние десятилетия все большее число исследователей обращается к изучению виртуальной реальности и Интернет-коммуникации (Н.А. Ахренова, Е.П. Белинская, А.Е. Войскунский, Е.Н. Галичкина, Е.И. Горошко, А.Е. Жичкина, Т.Б. Карпова, В.В. Красных, О.В. Лутовинова, Н.А. Носов, Р.К. Потапова, Г.Н. Трофимова и др.).

Изменение характера коммуникации, связанное с изменением канала общения, влияет на специфику жанров, в рамках которых осуществляется общение, а также на речевое поведение коммуникантов. Опираясь на теорию речевых жанров, предложенную М.М. Бахтиным, мы отмечаем, что традиционные жанры получают новое содержание в связи с развитием Интернет-технологий. На сегодняшний день можно говорить о развитии в сети целого ряда производных жанров (К.Ф. Седов, Н.Б. Рогачева и др.).

Одним из наиболее популярных жанров Интернет-коммуникации является блог. Речь идет о персональном субъективизированном виртуальном пространстве, представляющем актуальную информацию и имеющем мультимедийный характер. Общение посредством компьютерных сетей отличается личностностью, в связи с чем в центре внимания оказывается личность пользователя сети. С одной стороны, блоги способствуют установлению и развитию контактов между пользователями сети, с другой стороны – именно в данном жанре наиболее полно и ярко проявляется личность индивида. Менее чем за 10 лет блоги обрели огромную популярность во всем мире в качестве новой коммуникативной и информационной среды. Отмечается активное распространение и развитие сетевых дневников во всем мире. Особый интерес для исследователей представляет ситуация в Европе, особенно во Франции. Французский язык не является самым распространенным в сети, уступая не только английскому, но и китайскому и испанскому. В то же время французы признаны наиболее активными блоггерами в Европе (Гогитидзе 2006; La moitié 2010).

Современная наука носит антропоцентрический характер, что выражается в повышении интереса исследователей к изучению личности во всех ее проявлениях. Наряду с традиционными психологическими исследованиями отмечается ряд работ, посвященных анализу речевого поведения личности. В связи с этим особую актуальность приобретает феномен языковой личности, получивший детальное рассмотрение в работах В.В. Виноградова и Ю.Н. Караулова. Жанр блога оказывается важным объектом изучения, поскольку открывает перед индивидом возможность создавать свой образ и полностью управлять им. Поведение языковой личности в условиях общения, опосредованного компьютером, представляет особый интерес для лингвистов, психологов и социологов.

Таким образом, развитие компьютерно-опосредованной коммуникации, связанные с этим изменения системы речевых жанров и характера языковой личности обуславливают **актуальность** исследования.

**Теоретической основой** исследования явились работы по теории коммуникации (Богомолова 1988, Кашкин 2000, Костомаров 1999, Сорокин, Тарасов, Шахнарович 1979, Wolton 1997), общему языкознанию (Балли 1955, Гумбольдт 2000, Мартине 1963, Якобсон 1985), психолингвистике (Горелов 2003, Леонтьев 1974, 2007, Овчинникова 2009), социолингвистике (Конецкая 1997, Flichy 2006, Jauréguiberry, Proulx 2002), психологии (Абульханова 1999, Андреева 2008, Бехтерев 1994, 1999, Выготский 1984, Кле 1991, Кон 1978, 1984, Ломов 1975, 1999, Мудрик 2006), а также исследования в области информационных технологий и Интернета (Белинская 2001, 2002, Войскунский 1990, 2002, 2004, Жичкина 2001, Карпова 2006, 2010, Потапова 2004, Трофимова 2004).

**Объектом** исследования является Интернет-коммуникация во французской блогосфере.

**Предмет** исследования составляют трансформация закономерностей коммуникации в Интернете и связанные с этим изменения речевого поведения и характера проявления языковой личности.

В качестве исходной **гипотезы** мы выдвигаем следующие положения:

- 1) язык блогов представляет собой особое явление, отличное как от литературного, так и разговорного вариантов французского языка;
- 2) основными пользователями и авторами блогов во Франции являются подростки и молодежь;
- 3) тематическое наполнение блогов связано обычно с молодежной субкультурой и отражает интересы молодежи;
- 4) среди авторов блогов преобладают индивиды, нацеленные на самопрезентацию в новой социальной роли, стремящиеся к самореализации в новой сфере и требующие внимания и понимания окружающих.

Таким образом, полагаем, что французская виртуальная коммуникация развивается по тем же законам, которые прослеживаются в других сегментах сети. Кроме того, предполагаем, что виртуальная языковая личность блоггера не совпадает по своему содержанию с автором блога и представляет собой сознательно создаваемую модель, в которой используются возможности

виртуальной реальности и Интернет-общения для самореализации и расширения сферы коммуникации.

**Целью** исследования является выявление специфики виртуального общения во франкоязычном секторе сети Интернет.

Для достижения данной цели необходимо решить ряд **задач**:

- 1) описать Интернет как особый вид дискурса;
- 2) разработать модель виртуального общения, а также охарактеризовать виды и жанры Интернет-коммуникации;
- 3) изучить блоги как относительно новый вид коммуникации и самопрезентации, а также как сетевой жанр;
- 4) выявить специфику функционирования и основные характеристики виртуальной языковой личности авторов франкоязычных блогов;
- 5) проанализировать биосоциальные характеристики французских блоггеров.

**Материалом** исследования послужили блоги, представленные на блогплатформе [www.overblog.com](http://www.overblog.com). Данный ресурс предлагает неограниченные возможности создания своего пространства в сети, обслуживает представителей разных возрастных групп и дает полную свободу самовыражения. В качестве единицы анализа рассматривался блог, пользователь которого является его единоличным автором (не принимались во внимание коллективные блоги) и указывает в профиле место проживания «Франция». За пределами исследования остались блоги общественных деятелей, журналистов и других известных людей. Таким образом, материал исследования составили блоги обычных пользователей сети, представляющих стихийный и непубличный сектор Интернета. Общее число исследованных дневников составило 4889 (около 30000 словоформ).

В исследовании использованы как традиционные лингвистические **методы** (семантический анализ, дистрибутивный анализ, дискурсивный анализ), так и сравнительно новые (психолингвистический метод моделирования языковой личности). Для статистического описания блогосферы применялся простой количественный анализ с определением относительной частоты.

Новизна исследования представлена разработанной моделью коммуникации в блогосфере, включающей описание особенностей функционирования языковой личности блоггера на языковом, когнитивном и мотивационном уровнях, а также в качественном и количественном описании франкоязычной блогосферы. Таким образом, работа предлагает системное описание французской блогосферы и детальную характеристику языковой личности блоггера на фоне наиболее актуальных концепций гуманитарной науки.

**Теоретическая значимость** работы заключается в обосновании правомерности использования термина «виртуальная языковая личность» применительно к авторам французских блогов, а также в детализации теории языковой личности применительно к Интернет-коммуникации. Представлен детальный анализ коммуникации, опосредованной компьютером. Развита

некоторые положения теории речевых жанров на основе анализа блога как специфического речевого жанра.

**Практическую ценность** мы усматриваем в возможности использования результатов исследования в преподавании теории коммуникации, теории дискурса, ИКТ в обучении иностранным языкам и французского языка как иностранного.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Виртуальное общение осуществляется в рамках традиционной модели коммуникации. В то же время изменение канала коммуникации влечет за собой трансформацию всех составляющих коммуникативного акта. Компьютерно-опосредованная коммуникация может носить межличностный, групповой или массовый характер в зависимости от Интернет-жанра. Блог является одновременно реализацией автокоммуникации, групповой и массовой коммуникации. Коммуниканты в сети зачастую предпочитают конструировать собственную идентичность, моделировать языковую личность, исходя из своих интересов и интенций.

2. В сети Интернет развивается ряд специфических речевых жанров, имеющих аналоги в реальной коммуникации. Жанр блога является, с одной стороны, новой формой классического интимного дневника; с другой стороны, представляет собой трансформацию таких литературных жанров, как исповедь, биография, автобиография, путевые заметки. Таким образом, в Интернет-коммуникации, в соответствии с теорией речевых жанров М.М. Бахтина, трансформируются как первичные, так и вторичные речевые жанры под влиянием новой сферы коммуникации с новыми правилами общения.

3. Сеть отражает новую реализацию французского языка. В Интернете появляется особый тип дискурса – письменная фиксация устной речи, или устно-письменная речь. Язык блогов – смешение литературного и разговорного вариантов языка, характеризующееся наличием иноязычных и просторечных элементов. Морфосинтаксис блогов отражает общую тенденцию сети к упрощению средств выражения, стремление к экономии усилий, а также игровую направленность сетевого общения.

4. Языковая личность получает безграничные возможности самореализации в сети. В связи с этим рождается феномен виртуальной языковой личности (ВрЯЛ), то есть бытующего в сети образа, созданного индивидом и отражающего, как правило, идеальное или фантастическое Я личности. Наиболее полно ВрЯЛ реализуется на когнитивном и мотивационном уровнях. Когнитивный уровень ВрЯЛ представлен в блогах сетевыми именами, отражающими когнитивную операцию категоризации с целью социокультурной самоидентификации (включения в определенную категорию: социальную группу, этническую общность и т.п.). Основными мотивами создания блога являются, во-первых, желание ухода от социальных, культурных или иных барьеров, сопровождающих непосредственное общение; во-вторых, стремление к экспериментированию со своей идентичностью.

5. Поведение ВрЯЛ предопределено возрастом Интернет-пользователя. Во всех возрастных группах отмечены особые закономерности речевого

поведения блоггеров, а также общие тенденции, выражающиеся в выборе ника и темы блога. Мотивы, приводящие индивида в сеть, отражают психологические и социальные характеристики, свойственные его возрастной группе. Наиболее активными блоггерами являются представители подросткового, юношеского и первого зрелого возраста, для которых сеть – возможность самовыражения, нахождения новых друзей, поддержания контакта с близкими людьми и нахождения единомышленников, а также способ популяризации своего творчества, достижения профессиональных целей и выражения своей гражданской позиции.

Работа **апробирована** на Международной научно-практической конференции «Мир – Язык – Человек» (г. Владимир, 27-29 марта 2008 г.), на Международной научной конференции «Иностранные языки и литературы: актуальные проблемы образования и науки» (г. Пермь, 12 апреля 2008 г.), на Межвузовской научной конференции «Актуальные проблемы германистики и романистики» (г. Смоленск, 25-26 июня 2009 г.), на II Международной научно-практической конференции «Французский язык и культура Франции в России XXI века» (г. Нижний Новгород, 2-3 ноября 2009 г.), на XI Международной научно-практической конференции «Лингвистика, перевод, дискурс межкультурной коммуникации» (г. Екатеринбург, 30 сентября 2009), на Межрегиональной научно-практической конференции (г. Мурманск, 16-18 ноября 2010 года), на VIII Международной научно-практической конференции «Иностранные языки и литературы в контексте культуры» (г. Пермь, 15 апреля 2011 г.), а также на заседании кафедры речевой коммуникации Пермского государственного университета (г. Пермь, ноябрь 2010 г. и май 2011), на заседании Школы социо- и психолингвистики (г. Пермь, март 2011 г.).

Результаты исследования обсуждались во время научно-исследовательской стажировки на филологическом факультете Университета г. По (Франция, февраль-март 2010 г.). В ходе стажировки проводились опросы французских информантов с целью верификации и пополнения данных, полученных в результате анализа практического материала.

Основные теоретические положения и результаты исследования изложены в 11 публикациях.

Многоаспектность и междисциплинарность исследования проблемы определила **структуру** диссертации, состоящей из введения, трех глав, заключения, списка литературы, приложения. В первой главе формируются теоретические основы исследования. Вторая и третья главы представляют анализ практического материала, а именно записей в блогах платформы [www.over-blog.com](http://www.over-blog.com). Во второй главе обсуждаются семантика и жанровые разновидности блогов, а также отмечаемые языковые особенности блогов. Третья глава представляет анализ личности автора блога на основе трехуровневой модели языковой личности.

Объем работы без Приложения – 233 страницы. Библиографический список включает 244 наименования.

## Основное содержание работы

**Во Введении** обосновывается актуальность работы, определяются цель, задачи и материал исследования, формулируются предмет и объект научного изучения, описываются методы, раскрываются теоретическая и практическая значимость, научная новизна, излагаются положения, выносимые на защиту.

**Первая глава «Влияние развития цивилизации на способы коммуникации»** посвящена изучению виртуальной коммуникации как феномена, порожденного развитием виртуальной реальности и Интернета как ее реализации.

Общение является важнейшей стороной человеческого бытия, базовой потребностью человека, нуждающегося в установлении связи с другими людьми (Ломов 1999; Якобсон 1973). Мы рассматриваем общение как самоценную деятельность, как способ организации социального взаимодействия, сложный психологический, социальный и культурный феномен. Социальный аспект общения особенно важен для современного общества, в котором постоянно увеличивается количество контактов и способов взаимодействия индивидов, т.е. формируется высокоразвитое социальное взаимодействие. М. Гийом определяет современное общество как сотканное из невидимых сетей, мозаичное, называет его «электронной вавилонской башней», лишенной центра и находящейся в постоянном развитии (Guillaume 1999: 28).

Увеличение интенсивности информационного потока, развитие техники, расширение межнациональных и межкультурных контактов влекут за собой появление новых видов межличностной и массовой коммуникации (МК). В то же время отмечается рост опосредованности контактов между людьми: коммуникация сегодня интегрирована в интерактивные информационные сети. Формируется совершенно новый пласт социокультурной реальности. Индивид приобретает новые ценности, перемещается в качественно новый информационный мир – виртуальную реальность, предлагающую практически неограниченные возможности взаимодействия. Виртуальная реальность представляет собой особый технологический, социально-психологический и культурный феномен.

Мы определяем виртуальную реальность как возможный мир, сосуществующий параллельно миру объективной реальности как потенциальный и необходимый индивиду для принятия решений и сублимации нереализованных возможностей. К признакам, характеризующим феномен виртуальной реальности, относятся: иммерсивность, симуляция действительности, интерактивность, собственная каузальность и темпоральность, автономность, актуальность и порожденность внешней объективной реальностью (Бабенко 1996; Браславский 2003; Иконникова 1996; Носов 2000; Трофимова 2004а; Фимин 2007; Aubert 2005; Dubey 2001; Finkielkraut, Soriano 2001; Forest 1998; Guillaume 1999; Jauréguiberry, Proulx 2002; De Laubier 2000; Perriault 1989).

Развитие виртуальности связано с развитием технологий, в частности, с распространением компьютерной сети Интернет, которая может рассматриваться как средство создания новой социальной реальности, сферы жизнедеятельности нового, сетевого сообщества, саморегулирующегося и живущего по определенным правилам. Интернет рассматривается также как особое психологическое явление. Анонимность виртуального общения предоставляет широкие возможности самопрезентации, создания своего образа, что свидетельствует о крайне высокой степени креативности и свободы поведения в сети. В информационном обществе индивиду необходимо «почувствовать себя субъектом не только социального бытия, но и бытия информационного, потенциального», разрешив таким образом «вечную проблему множественности Я» (Карпова 2010: 70). В англоязычной традиции пользователь сети определяется как self-edit, т.е. создающий сам себя (Hian, Chuan, Trevor, Detenber 2004). В ситуации виртуальности личность имеет неограниченные возможности выбора своего образа. Речь идет об экспериментировании с идентичностью и о поиске своего Я. В сети происходит формирование идентичности «с нуля» (Белинская 2001; Жичкина 1999; Карпова 2006; Надеждина 2007; Чудова 2006; Herring 2007; Jauréguiberry, Proulx 2002; Martinson 2004 и др.). Человек имеет возможность каждый раз заново конструировать виртуальную реальность, в которую он погружается, а также себя самого, что позволяет определить такого субъекта не только как креативного, но и как автокреативного.

Опосредованное компьютером общение (ОКО) характеризуется изначальным статусным равноправием участников, относительной безопасностью коммуникации, отсутствием внешней невербальной оценки и традиционных способов установления отношений. Наконец, свойствами ОКО являются добровольность и избирательность контактов, визуальный характер передаваемого сообщения, своеобразное графическое выражение эмоциональной составляющей общения, а также возможность межкультурных связей (Ахренова 2009; Войскунский 1990, 2002, 2004; Галичкина 1998; Горошко 2006; Жичкина 1999, 2002; Иванов 2001; Лутовинова 2009; Потапова 2004; Розина 2003; Сидорова 2006; Трофимова 2004; Gurak, Antonijevic 2008; Herring 2004; Huffaker, Calvert 2005; Jauréguiberry, Proulx 2002; Valkenburg, Schouten, Peter 2005 и др.).

Такой вид общения осуществляется по традиционной модели коммуникации. Специфику опосредованного компьютером общения определяет канал связи. Именно наличие технического канала передачи данных отличает виртуальную коммуникацию от реального непосредственного общения. Соответственно, мы можем утверждать, что изменение канала связи влечет за собой трансформацию всех составляющих коммуникативного акта.

Коммуниканты в Интернете зачастую вступают в общение анонимно. Общение происходит между образами, предлагаемыми пользователями. При этом виртуальный образ личности может быть тождественным реальной личности коммуниканта или, напротив, не иметь ничего общего с ней. В ОКО в роли отправителя и получателя информации может выступать как конкретный

индивид, так отдельная группа и социум в целом. При вступлении индивида в ОКО преобладают различные *мотивы* – не только получение информации (что свойственно МК), но дружеская коммуникация, как в межличностном общении, или игра.

Коммуниканты ОКО неизбежно находятся в единой *ситуации* общения, это обусловлено, по меньшей мере, их нахождением в виртуальной среде. Передаваемая информация, т.е. *сообщение*, носит одновременно массовый и персонализированный характер и имеет высокую скорость передачи и распространения. Значимость информации, передаваемой в сети, не всегда высока, и общение может быть исключительно фатическим. Сообщение *кодируется*, как и в реальной коммуникации, посредством знаковой системы.

Наконец, современное развитие Интернет-технологий обеспечивает *обратную связь* коммуникантов, которая в традиционных видах МК затруднена. Более того, реакция адресата крайне важна для отправителя сообщения, о чем свидетельствует развитие системы комментариев в ряде Интернет-жанров.

**Вторая глава «Характеристика блога как жанра Интернет-коммуникации»** посвящена изучению блога, который рассматривается как особый речевой жанр, а также как современное средство массовой коммуникации.

Речевой жанр представляет собой тип высказывания, обладающий взаимосвязанными тематическим содержанием, стилем и композиционным построением, определяемыми спецификой конкретной сферы общения (Бахтин 1979). В сети, являющейся активно развивающейся сферой коммуникации, отмечается гораздо большее разнообразие жанров по сравнению с реальной коммуникацией; границы между жанрами подвижны, что способствует постоянному обновлению их репертуара: отмечается отмирание старых жанров и появление новых (Ахренова 2009; Иванов 2001; Лутовинова 2009; Трофимова 2004а; Herring 2004). Измененный канал связи в ОКО оказывает воздействие на систему жанров. Интернет способствует рождению и распространению целого спектра вторичных (и даже производных от вторичных) жанров, которые «возникают в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения (преимущественно письменного)», вбирая в себя и перерабатывая «различные первичные (простые) жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения» (Бахтин 1979: 238-239).

Блог, или сетевой дневник, является одним из наиболее интересных жанров Интернет-коммуникации. Это персональное субъективизированное виртуальное пространство, представляющее актуальную информацию и имеющее мультимедийный характер. Основными композиционными признаками блога являются: профиль автора, т.е. главная страница, представляющая информацию о блоггере – возраст, пол, дату создания блога и т.п.; статьи или заметки, организованные чаще всего в обратном хронологическом порядке; личные комментарии блоггера; комментарии, оставляемые читателями. Блог – своеобразный сетевой гипержанр: блоги

нередко называют персональными веб-страницами или лентами новостей. Кроме этого, дискуссия, возможная в дневнике, и комментарии, оставляемые читателями, зачастую напоминают дискуссии в форумах, чатах или социальных сетях.

Сетевой дневник реализует опосредованное техническим каналом общение, носящее преимущественно вербальный характер. Мы рассматриваем блог как средство массовой асинхронной коммуникации, предлагающее расширенные возможности саморепрезентации и самовыражения.

Адресантом блога является его автор, теоретически это может быть любой пользователь всемирной сети. Наряду с персональными блогами, в сети распространены и популярны коллективные блоги – дневники общественных, политических или неформальных организаций, ассоциаций, компаний друзей, семей и т.д.

Гораздо более сложной является концепция адресата блог-посланий. С одной стороны, имея природу, близкую к интимному дневнику, и самовыражение как одну из основных функций, блог адресуется некоторому надсубъекту, альтер-эго автора. С другой стороны, потенциальными адресатами посланий, представленных в блоге, являются все пользователи мировой сети. Таким образом, можно утверждать, что в рамках блога происходит сочетание автокоммуникации, групповой и массовой коммуникации.

Благодаря Интернету появились новые способы реализации обратной связи, некоторые из них оказываются существенными жанровыми признаками блогов. Дискурс блога носит мультимедийный характер, статьи дневника нередко содержат лишь графику, аудио- или видеоматериалы, гиперссылки на другие Интернет-ресурсы. Речь идет, таким образом, о двойном уровне связей: здесь функционируют социальные связи индивидов и гипертекстовые связи, на которых основаны электронные ресурсы (Schmidt 2007).

Анализ практического материала позволяет нам сделать вывод о наиболее распространенных видах блогов во французском сегменте блогосферы.

1. Блоги, презентующие досуг пользователя, его основные интересы.
2. Блоги, представляющие творчество индивида (живопись, графика, фотография, поэзия, проза, рукоделие). Сеть способствует творческому развитию пользователя, давая возможность не только создать, но и быстро распространить результаты своего творчества на большую аудиторию.
3. Сетевая журналистика: отражение актуальной ситуации в стране и мире, размышления и замечания о социальной сфере, политике, экономике, религии. Авторами подобных блогов часто являются журналисты, представители политических или социальных организаций, для которых дневник оказывается способом воздействовать на массы и заявить о своей позиции.
4. Экстимные дневники, отражающие переживания, страдания блоггера, повествующие о событиях его семейной или личной жизни. Понятие «экстимный дневник» возникает из противопоставления классического интимного дневника и блога, в котором интимность уступает место

экстимности (от франц. *extimité*, образованного путем сложения *extérieur* и *intimité*) (Orban 2005; Rouquette 2008).

5. Путевые заметки онлайн: блоги, которые ведутся в путешествии, содержат фотографии, личные комментарии, информацию о месте путешествия и обеспечивают почти синхронное получение новостей от путешествующего блоггера его окружением.

6. «Деловые» или «профессиональные» блоги, повествующие о деятельности блоггера, нередко являющиеся для него своеобразной рекламой, либо направленные на поиск работы (публикация профессиональных проектов, резюме и т.п.). Популярность таких блогов особенно высока среди представителей юношеского и первого зрелого возраста, для которых поиск работы становится крайне актуальным.

Основной признак, сближающий блог с классическим интимным дневником, – презентация информации, носящей сугубо личный характер, которую не могут представить или, более того, хотят скрыть в живом общении. Принципиальным отличием блога от личного дневника является целевая аудитория: классический личный дневник не предназначен для чтения другими, более того, он, как правило, тщательно скрывается от посторонних глаз, блог же изначально создан для самопрезентации перед неограниченной аудиторией, призван не только способствовать самовыражению блоггера, но и устанавливать его связь с другими индивидами.

Очевидно, выделяемые нами виды блогов вполне соотносимы с литературными жанрами. Так, экстимный дневник имеет черты автобиографии, мемуаров, бытового или бытийного дневника. Творческий блог зачастую имеет черты автовымысла, поскольку блоггер надевает определенную маску, примеряет виртуальный вымышленный образ. Жанр общественно-политического дневника непосредственно соотносится с блогами, представляющими актуальную ситуацию. Таким образом, блог может быть сопоставлен с целым рядом литературных жанров, таких как дневник, биография, автобиография, исповедь, мемуары, путевые заметки.

Трансформация специфики жанра дневника связана, кроме прочего, с языковыми особенностями блога. Функционирование языка в виртуальной среде имеет особую специфику. Во-первых, выполняя основные функции, язык является в Интернете также средством создания виртуальной реальности (Трофимова 2004а, б). Во-вторых, в сети язык как никогда стремится к наиболее удобным и целесообразным формам выражения, оказываясь одновременно стандартным, однотипным, даже клишированным, но при этом оригинальным, тяготеющим к новизне (Трофимова 2004а).

Многие ученые сходятся во мнении о специфичности Интернет-дискурса – устно-письменного дискурса, т.е. новой формы, сочетающей в себе элементы как устного, так и письменного языка (Ахренова 2009; Войскунский 1990; Иванов 2001; Костомаров 2005; Новикова 2005; Трофимова 2004а, б; Оја 2006). С одной стороны, коммуникация в сети происходит исключительно в письменной форме, посредством текста, даже если текст содержит элементы графики, анимации и оказывается по сути своей гипертекстом. С другой

стороны, Интернет является зачастую лишь фиксацией устной речи, следовательно, фиксацией всех ее особенностей и, более того, ошибок, звучащих в ней. Это связано во многом с такими характеристиками сетевого общения, как спонтанность, неподготовленность и моментальность.

Кроме того, в сети отмечается «оразговоривание» всех типов речи: «сближение стилей литературного языка, по природе своей книжного даже при устной форме реализации, с раскованной разговорной речью становится глобальной, всеохватывающей тенденцией современного языкового развития» (Костомаров 1999: 302). Таким образом, можно определить тип речи, представленный в Интернете, как литературно-разговорный: мы видим сочетание, с одной стороны, кодифицированного литературного языка, с другой – некодифицированной разговорной речи. В связи с этим литературные нормы в сетевом общении не соблюдаются. Сетевое сообщество, живущее по более свободным правилам, в том числе речеповеденческим, располагает к расшатыванию нормы. В то же время такие отклонения определенным образом способствуют развитию виртуального общества: общепринятые нарушения нормы помогают примкнуть к сообществу, отличить «посвященных» от «непосвященных». Это своеобразные правила, регулирующие жизнь сетевого сообщества.

Веб-коммуникативные акты можно охарактеризовать как «игровые ситуации», где язык наглядно отражает традиции «народной смеховой культуры» (Трофимова 2004а: 25). В результате анализа языковых особенностей французских блогов выявлены основные приемы языковой игры и карнавализации виртуальной коммуникации.

1. Карнавализация ОКО проявляется в использовании сокращений, иноязычной лексики, элементов разговорного языка, молодежного сленга, арго, а также в сетевом словотворчестве:

а) сокращения:

Mon blog + "pro" + intello

Bonne *aprem* ! (*Morgane*)

б) иноязычные элементы:

c'est *THE* blog! Non moa jsuis pas comme les autres , j'ame po sky!xd *Wecome welcome* mes chers visiteurs, découvrez QUI je suis !^^ (*Angelx*) (англ.)

A bientôt pour de nouvelles aventure ma *bonita*... (исп.)

j'ai choisi le thème télévision car y'avait pas l'option divers ! et la télévision je compte *inchallah* ! A+ (*Aminedu84000*) (турецкий)

Bonjour. *Hello* (англ.). *Hallo* (нем.). *Dobro jutro* (русс.). *Godmorgen* (датский). *Buenos días* (исп.). *Buon giorno* (итал.). Enfin bref, peu importe le pays d'où vous venez vous serez toujours le bienvenue ici. Je vous présente mon blog perso, là... (*Apolline*)

Иноязычные вкрапления могут быть связаны с путешествиями, местом проживания, увлечениями блоггера. Однако зачастую можно предположить, что мы имеем дело с примерами так называемой макаронической речи – намеренного смешения языков, гипертрофированного употребления

варваризмов, что объясняется людической, рекреативной функцией блоггового общения, установкой на несерьезность, раскованность общения.

в) сниженные единицы:

elle est *canon* non? (\* **P'tite fleur** \*)

doudou jtd t tro mimi sur la *tof* et toi ten pense koi? (**blondinette**)

on reconnait mes traits caractéristiques: le gros *pif* et les gros *jambonneaux* (**La petite marie**)

г) словотворчество:

une page de *blablatage* (**Cha**)

Je ne c'est pas si mon age a beaucoup de valeurs j'ai que 13 ans un peu moins 12et demi mais l'age a t'il beaucoup *d'apportance* que ce soit en amour ou dans le travail. (**anaïs**)

2. Морфология блогов отражает общую тенденцию сетевого дискурса к аграмматизму, которая выражается в использовании неверных глагольных форм, отсутствии согласования существительных и прилагательных, а также в нарушении орфографических норм:

Coucou depuis le 2 mai 2008 je vient de créer mon sac perso é\_è oui mais il y a quoi d'dans ? (**\$\*\_@ur€\_\*\$**) (неверная форма глагола *venir je viens*)

Une de mes chanteuse préfèrer nelly furtado (**o-c**) (использование инфинитива *préférer* вместо причастия прошедшего времени *préférées*)

je suis très sportife (*sportif*) (**yanchar**)

Je vous souaite la bienvene sur monblog INGEN.Infographie pour pourez y déposer toute vos œuvre (*toutes vos œuvres*) (**Agnese Alexandre**)

Et oui un ange et un démont (*démon*) dans le cords (*corps*) d'une seule personne en deuxcette image et vrément (*vraiment*) vrément belle le décord qui est derrière ... (**candicette**)

3. В качестве особого приема блоггеры используют фонетическое, или звуковое, написание слов. Данный прием стал крайне популярен в сетевом общении на любом языке:

Car il son cro bo mes yeux lol (*Car ils sont trop beaux, mes yeux*)

A gador cte vido!!!!!! (*Ah, j'adore cette vidéo*) (**desert**)

jhui beau ya plusieurs fille ki m'aime et ke moi j'aime po (*je suis beau, il y a plusieurs filles qui m'aiment et que moi, j'aime pas*) (**ted**)

moi j ss 1 mec com lé otr et je vie ma vie é il fo pa me la dir (*moi, je suis un mec comme les autres et je vis ma vie et il ne faut pas me le dire*)

4. Принцип экономии усилий характерен для синтаксиса блогов: распространены простые предложения, знаки препинания зачастую отсутствуют:

je suis simpa honnette gentil et emable et j'aime star wars chui pas un dur à cuir. (**max**)

или наоборот, многократно повторяются:

Comme un papillon..... Sur l'aile du vent ..... Aux nuages accrochée.... Me voilà de retour !!!!!!! D'un périple brumeux où les étoiles palissent.....Le soleil illumine ce jour... (**chat-tout-gris**)

5. Особое графическое оформление блогов (замена букв символами, использование эмотиконов, разноцветных шрифтов, графики и анимации) способствует не только созданию визуальной привлекательности сайта, но также передаче эмоций и имитации некоторых просодических средств.

Aujourd'hui était la journée la + mortel que j'ai jamais eu (*Kelly*)

date 2 néissance:17/04/1997 (*desert*) (цифра 2 вместо предлога de)

Øй ðīt paš φυΣ c'zšt ðe λα мзядΣ ... Øй ðīt φ'ðй й'αίμΣ paš !! J'répønd aux questiøns et aux Cøm's ... Alors ... T'attend quøii ?? =P (*Lolli*)

Alors voilà mon baladeur mp3 perso que j'utilise tous les jours en plus j'ai le même XD (*\$\*\_@ur€\_\*\$*)

Bon!!Voilà,voilà l'article sur les chevaux!☺jésper que vou ete conten du travail qe j'ai fé. Profitez en bien!!!! ☺ ☺♥ (*manon*)

Laisser vos com'sssssssssssssss svp wesh lol (*miss 95*)

j'adoooooooooore cette vidéo regarde la. (*indiana jones(j'en suis fan)*)

Таким образом, французские блоги реализуют игровое начало Интернет-коммуникации и являются ярким примером создания особого дискурса, сочетающего в себе черты литературного и разговорного вариантов языка, а также отражающего фиксацию устной речи на письме.

**Третья глава «Характеристика виртуальной языковой личности, представленной во французской блогосфере»** посвящена обсуждению специфических черт виртуальной языковой личности французского блоггера.

Общество второй половины XX века оказало, пожалуй, наибольшее влияние на поиски самоидентификации личности. Современное общество нередко называют индивидуалистским: гиперсовременный индивид не терпит обезличенности, ему необходимо отличаться от окружающих (Франселла, Баннистер 1987; Akoun 2002; Dortier 2006; de Gaulejac 2005). Более того, он сам творит себя с помощью техники, создавая себе образы, заставляя их жить и становясь в итоге «мифическим персонажем», живущим в мире виртуального. Мы говорим о новом феномене – виртуальной языковой личности (ВрЯЛ), погруженной в виртуальное взаимодействие, моделирующей себя посредством языка (речи). Это конструкт, создаваемый реальной ЯЛ, которая имеет возможность, благодаря анонимности виртуального общения, свободно экспериментировать со своей идентичностью посредством выбора сетевого образа и соответствующего речевого поведения. Мы рассматриваем ВрЯЛ как одну из ипостасей индивида, отличие которой от реального социального Я обусловлено, во-первых, тем, что она создается и функционирует при помощи технической системы; во-вторых, не существует вне вербального воплощения; в-третьих, имеет большую свободу реализации желаемого образа.

Более того, если обратиться к трактовке термина «виртуальный» как «возможный, потенциальный», становится очевидно, что ВрЯЛ создается для реализации чего-то, не существующего в реальности, но потенциально способного существовать, пусть не в реальной, но в виртуальной реальности. Это потенциал, заложенный в индивиде; то, каким человек может и хотел бы быть. Идеальное Я, а особенно фантастическое Я, невозможные в реальной ситуации, получают шанс реализоваться в виртуальном мире.

Поскольку структура ЯЛ, в соответствии с концепцией Ю.Н. Караулова, подразумевает три уровня (вербально-семантический, когнитивный, мотивационный), мы исследуем функционирование ВрЯЛ на вербально-семантическом, когнитивном и мотивационном уровнях.

Языковой уровень приобретает особую значимость, поскольку формирование сетевой идентичности происходит исключительно посредством вербализации.

Когнитивный (или тезаурусный) уровень предполагает отражение в описании языковой модели личности, ее структуры («установки, тенденции, чувства») (Караулов 2004: 37). Когнитивный уровень неизбежно связан с общенациональной когнитивной базой, составными элементами которой являются стереотипы и прецедентные феномены. Изучение когнитивного уровня возможно на основе анализа ников (сетевых имен) блоггеров, а также тематического содержания блогов. Выбор ника – результат самономинации, связанный с процессом категоризации, т.е. отнесения себя к определенной группе, категории. В таком случае можно говорить о наивной категоризации, представляющей собой одну из базовых когнитивных операций (Овчинникова 2007а, б). Ник служит созданию первого впечатления в виртуальной среде, где отсутствуют традиционные признаки, формирующие впечатление о собеседнике в реальной ситуации – внешность, пол, раса и т.п.

Блоги выделяются на фоне большинства других жанров Интернет-коммуникации своей индивидуализированностью. Это априори личное виртуальное пространство, поэтому мы часто встречаем ники блоггеров, представляющие имена или сочетание имени и фамилии: anna, anne-sophie, Alex, charles, Lucie BONNESOEUR, François-Xavier Taillebois. Ником может служить и имя известного человека, исторической личности, сказочного, мифического или киноперсонажа: Vanessa paradis du 64, elvis, M-Jackson, Shrek, apollon, Trystan, Zephyr, Pythagore.

Некоторые блоггеры выбирают в качестве сетевого имени словосочетания или целые фразы, нередко отражающие отношение личности к миру, содержание дневника или собственную оценку блоггером своего дневника: Don't Forget Foody, from-the-other-side-of-the-world, I live in this fuck up world, Voyager dans mes Délices; Art-et-peinture, tricotique, Tendre plume; citoyen en colere; SOS animaux; equipe de france; teen-shop, david-entreprise. Выбор такого ника связан, на наш взгляд, со стремлением блоггеров создать в сети некое сообщество по интересам и найти единомышленников.

Ник блоггера может указывать на одну из его характеристик (черту характера, внешности или указание рода деятельности): le métaleux du 03, latitemeuftsimpa, la bombe du 63, La maman de Matthias et Dylan, bunny le chti.

Особую группу составляют ники, представляющие собой некие прецедентные образы и фразы: Rikki-tikki-tavi, L'Orchidée Sauvage, Renardaviateur; B0unty, dessinemoiunmouton, radio-gaga, Je rêve d'un monde....

В качестве ников используются прямые и скрытые цитаты, «скрытое цитирование прецедентных текстов, в том числе трансформированные цитаты, т.е. измененные говорящим, данной ЯЛ применительно к случаю, но в твердой

убежденности, что они остались узнаваемы, восстанавливаемы» (Караулов 2004: 231). Такой способ позволяет автору ассоциировать себя с определенным культурным феноменом: !!!! mini bronzé !!!! (популярный комический образ «загорелого», взятый из французских фильмов «Загорелые» и «Загорелые на лыжах»), Quentin Tarasconi (ассоциируемый с главным персонажем произведений А. Додэ – Тартареном из Тараскона), L'autre c'est moi (трансформация известнейшего высказывания Je est un autre, одного из основополагающих в творчестве Сартра) и др.

Наконец, наблюдается определенная стереотипность в выборе ников. Стереотипы варьируются в различных возрастных группах и зависят от пола ВрЯЛ. Отмечается ряд приемов, используемых при создании таких стереотипных ников:

- подчеркивание гендерного статуса: miss 95, MissGrenouille13, Mademoiselle A., Mr White, Mister\_Le\_Fou;

- перенесение в сеть любимых книжных образов представителей определенного возраста, например, подросткового и юношеского возраста (принцессы, феи, ангелы – для девочек; мушкетеры, пираты, шпионы – для мальчиков): Princesse juju, Angel, Fée, agent007, Le Pirate Tipiak, Mousquetaire009900;

- попытка выделиться, заявить о своей силе и значимости: big boss, king of world;

- выделение негативных черт посредством выбора отрицательных персонажей в качестве сетевого образа: laptitediables, Anarchist, bandit 47;

- подчеркивание молодого, или даже детского, возраста, часто с использованием прилагательного petit(e) или его дериватов: babY, titi, Ptit Coeur.

Для каждой возрастной группы существует определенный набор традиционно обсуждаемых тем. Так, для детей и подростков Франции особый интерес представляют компьютерные игры, мультфильмы (особенно японские аниме), комиксы, спорт, музыка. В подростковом возрасте мы отмечаем большее стремление к творческому самовыражению, что отражается в выборе определенных тем блогов: живопись, фото, видео, музыка, стихотворчество и т.п. Кроме того, велика в этом возрасте привязанность личности к определенным сообществам, поэтому темой блога нередко выступает деятельность ассоциации, жизнь компании или субкультурного сообщества.

Представители первого зрелого возраста также склонны интересоваться определенными сферами деятельности. Так, для женщин привлекательны декорирование дома, рукоделие (вязание, шитье, изготовление украшений и сувениров и т.п. Для мужчин более интересны писательская деятельность, живопись, графика и техника. В целом круг тем, освещаемых во французских блогах, становится шире у старших блоггеров.

Таким образом, прослеживается определенная стереотипность как в выборе сетевого имени, так и непосредственно в стратегии и тактике общения.

Мотивационный уровень особенно важен для изучения функционирования ЯЛ в сети; его можно считать наиболее

индивидуализированным, поскольку мотивация отражает базовые личностные характеристики индивида.

Мотивы создания собственного сетевого пространства (блога) можно разделить на две группы.

1. Первую группу мотивов можно обозначить как сознательный уход от реального общения, целенаправленное обращение к виртуальной коммуникации, целью которого, в свою очередь, могут быть:

а) попытка реализации своего идеального или фантастического Я, чаще всего не совпадающего с Я реальным. Данный мотив связан с основной функцией блога – функцией самовыражения, обращения к своему внутреннему миру. Этот мотив встречается главным образом в творческих блогах. Если реальная жизненная ситуация блоггера, в частности его профессиональная деятельность, не позволяет ему реализовать творческий потенциал, он обращается к сети, чтобы получить возможность самовыражения.

б) уход от барьеров в реальном общении, а также от норм и правил, сопровождающих живую коммуникацию. Блоги – это расширение реального мира (Huffaker, Calvert 2005), освобождение от его границ.

Блог способствует установлению контактов и созданию сообществ, несмотря на существующие в реальности психологические, социальные, культурные или географические барьеры. Главные группы пользователей сети, имеющих подобный мотив вступления в ОКО, – подростки, представители пожилого и старческого возраста, люди, страдающие от физических или психических недостатков, мешающих нормальному социальному бытию (см. блоги *camille*, *Aventurine*, *Caroline* и др.).

Другая реализуемая здесь функция блога – предоставление объективной информации и субъективных суждений. Это особенно актуально для сетевой журналистики. Блоггеры в таком случае пользуются возможностью донести свою информацию до масс: так, *AD* призывает решать существующие социально-политические проблемы, *rousseaux alexandra* выступает в защиту животных, *Alexandre* и *axew* высказываются в блоге в поддержку французского президента Николя Саркози, *Kevin* – в поддержку президента США Б. Обамы.

Данный мотив также характерен для блоггеров, представляющих в сети свое творчество: нередко они рекламируют его, создают сетевой бизнес, предлагая читателям дневника приобрести произведения своего труда.

Подобное использование возможностей блога относится и к деловым блогам, создатели которых могут развивать свою карьеру, не замыкаясь в узком круге непосредственного окружения. Например, *Anaïs Troulay* и *Charline Klausser* представляют в блогах свои резюме и профессиональные проекты, *Aurore Besse* рассказывает о своем политическом проекте, и блог для него необходим, чтобы иметь возможность обратной связи с читателями, *Caliste Boutique*, *Fleuriste à Périgueux* – блог-реклама магазина цветов.

Все выделенные нами виды блогов связаны с данной группой мотивов, поскольку в основе создания сетевого дневника лежит потребность реализовать то, что не может быть реализовано в действительности: фантастическое Я, масштабный коммерческий проект и т.п. В данном случае можно говорить о

компенсаторной функции всемирной сети.

2. Вторая группа мотивов создания блога отражает игровой характер общения в сети Интернет: это игровые мотивы, связанные с желанием индивида приобрести новый опыт и с экспериментами с идентичностью. Возникновение у человека желания уйти от нормативности общества, стремление к самопознанию, особенно у подростков, а также к познанию других, побуждает его «примерить» различные маски.

При этом можно выделить две подгруппы мотивов:

а) эксперименты с идентичностью для себя, т.е. поиск своего истинного Я, познание своих качеств, целей. Человек может «примерить» в Интернете разные Я и увидеть, какой эффект они дают (Jauréguiberry, Proulx 2002: 224). Невозможность подобных экспериментов в реальности приводит человека в сеть. Пожалуй, наиболее ярко этот мотив проявляется в создании творческих блогов и экстимных дневников. Представляя свое творчество, артист ищет себя, имея при этом возможность не только творить, но и получать реакцию окружающих, которая важна для самоопределения индивида. В экстимных дневниках индивид стремится лучше понять себя, рассуждая о своей жизни, повествуя о переживаниях, страданиях и нереализованных желаниях. Например, блоггер *CS-solo* предлагает критические размышления о происходящих вокруг него событиях и своем месте в них, *Jojo*, в свою очередь, отражает свою жизнь в зарисовках. Речь идет в таком случае о своеобразном самоанализе, конечной целью которого оказывается понимание своего Я, осознание идентичности.

б) «игра» с другими «виртуаманами», т.е. некий вызов общественности, желание ее реакции. Это стремление противопоставить себя окружающим, быть заметным, популярным, ярким.

Блог – скорее социальная практика, нежели личная деятельность, одновременно интерактивная, дистанционная и письменная. Обратная связь, осуществляемая в блоге посредством комментариев к статьям, повышает интерес пользователя к созданию чего-то необычного и даже вызывающего. Так, мы встречаем во французской блогосфере дневники животных и вымышленных персонажей (например, блог *cachou et chiwi*, рассказывающий о жизни шарика Cachou и льдинки Chiwi), а также отмечаем тенденцию подростков и молодых людей указывать в профиле своего дневника не свой реальный возраст, а, например, возраст долгожителей или, более того, 2000 лет и т.п. На наш взгляд, именно желание игры, карнавализации виртуального общения, провокации сетевых собеседников побуждает индивида примерять неожиданные речевые маски. Однако отметим, что, несмотря на тщательно придуманный сетевой образ, личность, как правило, не стремится стилизовать свою речь под ту категорию, к которой предпочитает относиться в виртуальной жизни. Таким образом, ВрЯЛ блоггера – возможно, творческая личность, но лишь в выборе своего образа и поведения, но не языковых особенностей.

Мы установили, что поведение ЯЛ в блогосфере зависит во многом от ее возраста. Наиболее активными блоггерами являются представители первого зрелого, юношеского и подросткового возраста. Наименьшее количество

блоггеров отмечено в группах первого детства и старческого возраста (см. Рис. 1).



Мотивацию блоггеров можно объяснить, учитывая возрастные особенности: так, подростки стремятся к самовыражению, поиску новых друзей в сети из-за проблем, существующих в реальном общении. Подростковый возраст – период, отмеченный целым рядом изменений, происходящих с личностью – физиологических, психологических и социальных (Бернс 1986; Выготский 1984; Кле 1991; Кон 1984; Ремшмидт 1994; Фрейд 1993; Эриксон 1996; Malrieu 1986; Mucchielli 1986; Mussen 1986; Ramond 1989 и др.). Главным феноменом, отличающим подростковый период, является так называемый подростковый кризис, или кризис идентичности, связанный с переоценкой ценностей, пересмотром своего места в мире, размышлениями, призванными ответить на вопрос «Кто я?». Данную тенденцию мы видим в увлечении подростков виртуальной коммуникаций, особенно общением в социальных сетях и созданием блогов. Блог, как возможность экспериментирования со своей идентичностью и поиска своего истинного Я, как способ быть частью сообщества, выделяясь при этом на общем фоне благодаря выбранному образу, речевой маске, представляет наиболее подходящий жанр Интернет-общения.

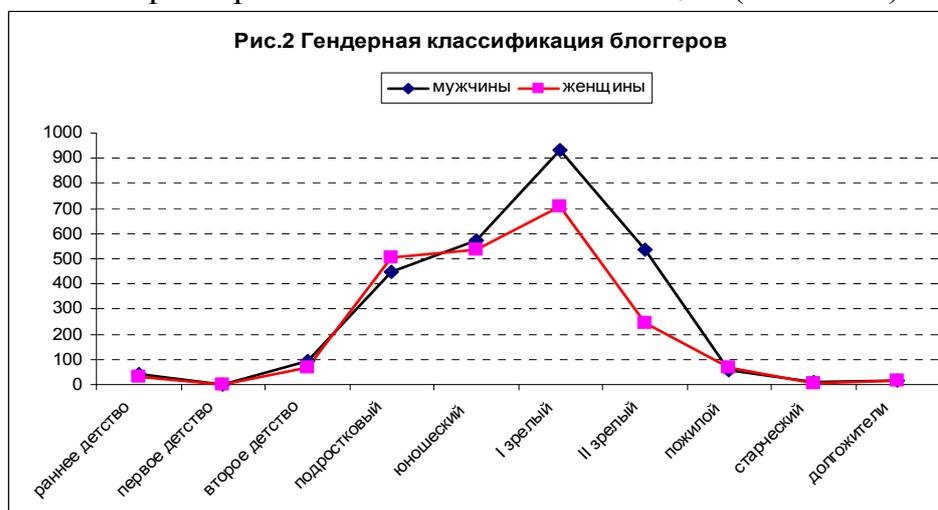
Для представителей юношеского возраста блоги оказываются не только возможностью поддержания контакта с близкими людьми и нахождения единомышленников, но также способом популяризации своего творчества, достижения профессиональных целей и выражения своей гражданской позиции. Намного ярче выражена профессиональная, творческая и социально-политическая ориентация блогов. Значительно увеличивается в данной возрастной группе число дневников путешественников, что объясняется, с одной стороны, большей свободой индивида в передвижении по стране и миру, с другой стороны – частыми поездками юношей и девушек, связанными с их учебой, стажировками или профессиональной деятельностью. Блог, безусловно, способствует расширению индивидом круга контактов, предлагает возможность заявить о себе, будучи уже вполне сформировавшейся личностью.

Блоги авторов зрелого возраста чаще всего посвящены творчеству, особенно музыке, литературе, живописи и графике. Распространены также блоги путешественников (связанные не только с учебой или работой, но

зачастую с отдыхом), а также блоги об интересах. Нередко встречаются дневники журналистов (*Antoine Charles, Baptiste Rieg, Ludolascombe*) и профессиональные блоги, в частности политиков и предпринимателей (например, сайт блоггера *David LAMIRAY*, рассказывающего о своей деятельности в должности генерального советника). Взрослость – жизненный период, обычно характеризующий индивида как полноценного члена общества, как личности, имеющей вполне «сформированный, стабильный и последовательный образ Я» (Кон 1984: 208). Блог в данном возрасте создается чаще не для поиска себя и экспериментов с идентичностью, но предлагает индивиду возможность, с одной стороны, уделить чуть больше времени самому себе, с другой – рассказать о своих увлечениях или заявить о своей гражданской позиции. Социальная роль индивида в данный период более или менее стабильна, ему необходимо иметь возможность проявить такие свои качества, которые невозможно продемонстрировать в повседневной жизни (что касается, главным образом, творчества), поэтому блоггер стремится скорее к самовыражению, чем к игре.

Блог представителя пожилого возраста призван служить своеобразным досугом, отражением занятий индивида. Поскольку данный возраст связан с выходом на пенсию, деловые блоги встречаются крайне редко. Блоги представителей этого возраста достаточно сдержанны в эмоциональном отношении.

Мы выявили, что практически во всех возрастных группах количество мужчин-блоггеров превышает количество женщин (см. Рис.2).



Статистика по России отражает подобную тенденцию: О.В. Митина и А.Е. Войскунский указывают, что 58% взрослых пользователей сети составляют мужчины, причем, если «для женщин Интернет – это в основном общение и поддержание социальных связей, структура же деятельности мужчин более широка» (Митина, Войскунский 2005: 205, 207). Авторы приходят к выводу, что более эмоциональное общение женщин компенсирует их одиночество, тогда как мужчины, преследующие более прагматичные цели, «свое одиночество лишь усугубляют» (Там же: 208). То же самое мы видим во французской блогосфере: дневники женщин обычно более эмоциональны и откровенны, чем мужские. Среди мужчин не столь популярны экстремные

блоги, предпочтения отдаются сетевой журналистике и сетевому творчеству. Мы видим данные закономерности в большинстве возрастных групп, в частности, в наиболее активных категориях юношеского и зрелого возраста.

В **Заключении** подводятся итоги диссертационного исследования и намечаются перспективы дальнейшего изучения функционирования языковой личности в условиях виртуальной коммуникации.

Специфический характер канала связи влияет на все составляющие коммуникативного акта в виртуальной реальности. Во-первых, анонимность контактов в сети позволяет коммуникантам представлять перед собеседниками в качестве редуцированных образов. Мы имеем дело не с реальными людьми, но с теми репрезентациями, образами, которые они предлагают. Виртуальный образ может совпадать с реальной личностью пользователя, как, например, в общении посредством электронной почты, или, напротив, быть полностью вымышленным, не имеющим ничего общего с реальным индивидом. Жанр блога предлагает неограниченные возможности конструирования своей идентичности, поэтому мы говорим не столько об авторе блога, сколько о создаваемом им образе – виртуальной языковой личности.

Во-вторых, единственным источником информации о собеседнике в виртуальной коммуникации, является его речь, создаваемый им текст или гипертекст. В качестве кода используется язык, который приобретает при этом новые формы. Исследователи говорят о новом типе дискурса – письменной устной речи. Речевое поведение коммуникантов в сети неизбежно связано с нарушением литературной нормы и отражает игровую направленность виртуального общения. Данные тенденции отражаются в использовании неверных грамматических форм, сокращений, иноязычной и сниженной лексики, а также в особом графическом оформлении блога.

Таким образом, создание блога является креативным и автокреативным процессом. Однако существование общей когнитивной базы национально-культурного сообщества, к которому относится блоггер, отражается в определенной степени стереотипности, проявляющейся в выборе сетевого имени и речевого поведения.

Основные положения и результаты исследования отражены в следующих публикациях.

#### **Статьи в научных изданиях, рекомендуемых ВАК РФ**

1. Особенности конструирования французского сетевого дневника (к вопросу о выборе речевой маски блоггера) // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 39 (177). Филология. Искусствоведение. Вып. 38. С. 65-71.

#### **Статьи в других изданиях**

2. Особенности виртуального общения во франкоязычном секторе Интернет // Проблемы социо- и психолингвистики: сб. ст. / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2007. Вып. 10: Возраст как фактор речевого поведения. С. 123-129.

3. Особенности распространения Интернет-общения во Франции // Мир – Язык – Человек: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. (27-29 марта

2008 г.), посвящ. 45-летию факультета иностранных языков. Владимир: ВГГУ, 2008. С. 216-220.

4. Языковые особенности виртуального общения (на материале французских сетевых дневников) // Актуальные направления современной лингвистики: Материалы Междунар. науч. конф. «Иностранные языки и литературы: актуальные проблемы образования и науки» (Пермь, 12 апреля 2008 г.) / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2008. С. 98-101.

5. Функционирование современного французского языка в Сети (на материале блогов – сетевых дневников) // Актуальные проблемы германистики и романистики: Материалы Межвуз. науч. конф. (Смоленск, 25-26 июня 2009 года). Часть II: Язык в тексте. Смоленск: Изд-во СмолГУ, 2009. Вып. XIII. С. 136-142.

6. Французские сетевые дневники как отражение изменений в языке и сознании его носителей // Французский язык и культура Франции в России XXI века: Материалы II Междунар. науч.-практ. конф.. Нижний Новгород, 2-3 ноября 2009 г. Н.Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2009. С. 126-129.

7. Сетевые дневники как новый вид реализации личности // Вопросы психолингвистики. № 9. М.: Институт языкознания РАН, 2009. С. 150-156.

8. Коммуникативная характеристика блогосферы (на материале франкоязычной сети) // Лингвистика, перевод, дискурс межкультурной коммуникации: Материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. Институт международных связей. Екатеринбург, 2009. С. 30-32.

9. Французские сетевые дневники как особый вид дискурса // Естественный и виртуальный дискурс: когнитивный, категориальный и семиолингвистический аспекты: Материалы Междунар. науч. конф. 16-17 октября 2009 г. Тюмень: Издательство «Вектор Бук», 2009. С. 80-84.

10. Психолингвистические особенности коммуникации в блогах // Языковое бытие человека и этноса: когнитивный и психолингвистический аспекты: Материалы Междунар. школы-семинара (VI Березинские чтения). Вып. 17. М.: ИНИОН РАН, АСОУ, 2010. С. 64-68.

11. Французские блоги – уход от реальности или возможность самовыражения? // Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков: Мат. Межрегион. науч.-практ. конф. (16-18 ноября 2010 г.). Мурманск, 2011. С. 42-46.

---

Подписано в печать \_\_ сентября 2011 г.

Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 1,5

Тираж 100 экз. Заказ № \_\_\_\_\_.

---

Типография Пермского государственного университета  
614990, Пермь, ул. Букирева, 15.