

И. С. Алексеенко
Новороссийск, Россия
О. Ю. Гукосьянц
Пятигорск, Россия

I. S. Alekseyenko
Novorossiisk, Russia
O. Y. Gukosyants
Pyatigorsk, Russia

**СПЕЦИФИКА
ИНТЕРНЕТ-ОПОСРЕДОВАННОЙ
КОММУНИКАЦИИ И ФЕНОМЕН ВИРТУАЛЬНОЙ
ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ**

**SOME SPECIFIC CHARACTERISTICS
OF THE INTERNET-MEDIATED COMMUNICATION
AND THE PHENOMENON OF VIRTUAL
LINGUISTIC IDENTITY**

Аннотация. Раскрывается сущность, описываются достоинства и недостатки основных разработанных в современной теории коммуникации коммуникативных моделей. Ввиду некоторых характерных особенностей, присущих виртуальному общению, созданные ранее коммуникативные модели не отражают процесс общения в Сети. Предлагается собственная модель коммуникативного процесса в интернет-опосредованной коммуникации, раскрывается феномен виртуальной языковой личности, описываются способы самопрезентации виртуальной языковой личности в условиях электронного общения.

Abstract. The article describes some basic communicative models worked out in the modern communication theory and demonstrates their strong and weak points. Due to certain peculiar features of virtual communication the previously created models could not properly reflect the process of communication over the Internet. A new model of the communicative process in the Internet-mediated communication is put forward in this article. It also defines the phenomenon of virtual linguistic identity and the ways of the virtual linguistic identity's self-presentation.

Ключевые слова: интернет-опосредованная коммуникация; коммуникативная модель; виртуальная языковая личность; самопрезентация; никнейм.

Key words: Internet-mediated communication; communicative model; virtual linguistic identity; self-presentation; nickname.

Сведения об авторе: Алексеенко Ирина Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой английского языка и второго иностранного языка.

About the author: Alekseyenko Irina Sergeevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Department of English and the Second Foreign Language.

Место работы: Новороссийский филиал ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный лингвистический университет».

Place of employment: Novorossiysk branch of Pyatigorsk State Linguistic University.

Контактная информация: 353920, г. Новороссийск, ул. Куникова, 47б.
e-mail: nf-pglu2005@yandex.ru.

Сведения об авторе: Гукосьянц Ольга Юрьевна, аспирант кафедры западноевропейских языков и культур.

About the author: Gukosyants Olga Yuryevna, Postgraduate Student, West European Languages and Cultures Department.

Место работы: Пятигорский государственный лингвистический университет.

Place of employment: Pyatigorsk State Linguistic University.

Контактная информация: 357500, г. Пятигорск, пр-т Калинина, 9.
e-mail: Gukosjants@mail.ru.

Развитие и все большая доступность сети Интернет способствовали значительному увеличению числа пользователей, что, безусловно, позволяет говорить о новой форме коммуникативного взаимодействия — интернет-опосредованной коммуникации. Подразделяясь, в свою очередь, на отдельные жанры (электронное письмо, форум, чат, доски объявлений, рекламные баннеры, ICQ, виртуальная конференция и др.), интернет-коммуникация, в силу ряда характерных особенностей (анонимности, дистантности, опосредованности, электронного сигнала, креативности, наличия компьютерной этики, смысловой мозаичности и др.), отличается специфической моделью коммуникативного процесса и выдвигает некоторые условия для пользователей, желающих вступить в электронное общение. Одним из главных требований, предъявляемых потенциальным коммуникан-

там для допуска к общению в Сети, является необходимость регистрации на соответствующей веб-странице и соответственно создание аккаунта, что в рамках таких популярных жанров, используемых для общения, как чаты, блоги, форумы и личные дневники, подразумевает предоставление персональных данных пользователя — никнейма, электронного адреса, телефона, — создание аватара. Таким образом, во Всемирной сети появляется новый «житель», новая **виртуальная языковая личность**. Рассмотрению феномена виртуальной англоязычной языковой личности, модели коммуникации в интернет-опосредованной коммуникации и обращению к некоторым знаковым в развитии теории коммуникации коммуникативным моделям посвящена данная публикация.

Одну из первых наглядных линейных моделей коммуникации предложил американ-

ский политолог Г. Лассуэлл. Данная модель включала пять элементов, определить которые можно было, ответив на следующий вопрос: «Who says what to whom in which channel with what effect?» [Lasswell 1948: 131].

Последовательные ответы на поставленный вопрос позволяют построить следующую схему коммуникативного процесса: *кто?* (коммуникатор) — *что говорит?* (сообщение) — *кому?* (аудитория) — *по какому каналу?* (канал) — *с каким эффектом?* (результат, эффект).

Г. Лассуэлл анализирует акт коммуникации с точки зрения его функциональности, выделяя при этом три ключевых аспекта данного процесса:

- наблюдение за окружающей обстановкой;
- обеспечение взаимосвязи частей общества и изменений среды;
- передача социального и культурного наследия или опыта от одного поколения к другому [Lasswell 1948: 132].

Несомненным преимуществом представленной модели является развернутый план коммуникативного действия. Опираясь на формулу Г. Лассуэлла, можно провести анализ коммуникации на уровне управления (коммуникатор), уровне содержания (само сообщение), уровне используемых средств и каналов, проанализировать аудиторию (получатель) и выявить результаты (полученный эффект).

Существенным недостатком данной модели, делающим невозможным ее применение для анализа компьютерно-опосредованной коммуникации, является отсутствие фактора обратной связи. Адресат рассматривается лишь в качестве объекта, реагирующего на полученную информацию.

Р. Брэддок, признавая «формулу Лассуэлла», включил в нее две дополнительные составляющие: *условия*, в которых протекает коммуникация, и *цель*, с которой говорит коммуникатор [Braddock 1958].

Более развернутой, но все же линейной однонаправленной моделью коммуникации считается модель, предложенная американским математиком К. Шенноном и его соотечественником У. Уивером. Данная модель была создана для описания коммуникации посредством телефонной связи и получила название *шумовой модели*. К факторам коммуникативного процесса по К. Шеннону относятся: *источник информации* — *отправитель* — *канал передачи сообщения* — *приемник* (декодер) — *цель или место назначения* (получатель, извлекающий информацию из сообщения). Важно, что данный процесс протекает в условиях *шума* или любых других помех, затрудняющих коммуникацию и влияющих на ее успешность [Shannon 1948] (рис. 1).

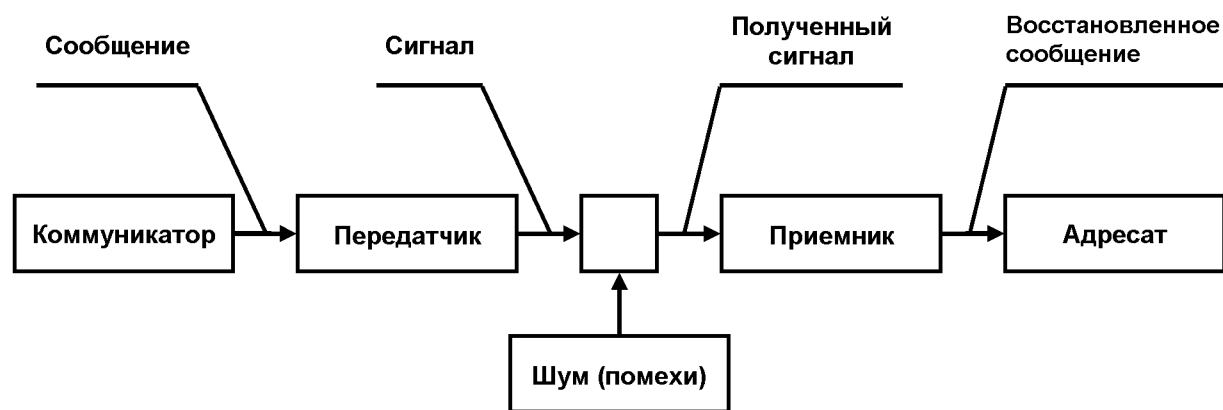


Рис. 1. Коммуникативный процесс по К. Шеннону

Особенности данной модели состоят в том, что она абстрагируется от смысла сообщения, уделяя основное внимание *количеству передаваемой информации*, акцентирует внимание на технических способах осуществления процесса коммуникации. Рассматриваемая модель акцентирует внимание на том, что в результате шума передаваемая информация достигает реципиента в искаженном виде. Таким образом, полученное сообщение не совпадает по значению с исходным, что вызывает затруднения коммуникационного обмена. Фактор шума/помехи является существенным и при описании виртуальной коммуникации, поскольку в результате дистантности и опосредованности компьютером, реальной удаленности

коммуникантов (что представляет собой определенный тип помех) можно говорить о ситуации неправильной интерпретации сообщения.

Многие исследователи считают, что результатом интерпретации модели К. Шеннона стала функциональная модель коммуникации, предложенная Р. Якобсоном. Обе модели рассматривают коммуникацию как линейный однонаправленный процесс. Однако, в отличие от К. Шеннона, Р. Якобсон ключевую роль отводит не информации, а языку.

В процессе коммуникации от адресанта к адресату направляется сообщение, созданное и интерпретируемое с помощью общего для обоих участников кода, которым и является язык. В модели также учитывается воздей-

вие, которое сообщение оказывает на реципиента. Каждому из элементов модели соответствует определенная функция языка; при этом контекст в модели Р. Якобсона связан с содержанием сообщения [Якобсон 1985] (рис. 2).

Модель Р. Якобсона способствовала появлению двух новых пунктов в междисциплинарных исследованиях. Во-первых, по Р. Якобсону, коммуникация напрямую зависит от кода, т. е. набора определенных символов и знаков, что исключает влияние присутствующих в модели Г. Лассуэлла канала и контакта. Во-вторых, под контекстом коммуникации следует понимать собственно дискурс [Jensen 2002: 8].

Анализируя две вышеописанные модели коммуникации, заключаем, что достоинствами данных моделей являются представление ими развернутого плана коммуникативного процесса, выявление фактора шума (помех), затрудняющего общение, из чего следует, что отправленное сообщение и сообщение, достиг-

нувшее реципиента, неодинаковы по значению. Преимуществом модели Р. Якобсона, по сравнению с моделью Шеннона, является включение человека в коммуникацию не просто как источника/приемника информации, а рассмотрение отношения коммуниканта к акту коммуникации и эффекта, оказываемого сообщением. Главный недостаток описанных моделей состоит в том, что они не предполагают наличие обратной связи — адресат выполняет лишь роль объекта, реагирующего на сообщение.

Новым этапом в развитии теории коммуникации и коммуникативных моделей стала модель Д. Берло (D. Berlo, 1960), состоящая из четырех элементов: **S** (*the communication source, the encoder* — источник сообщения, отправитель) — **M** (*the message* — сообщение) — **C** (*the channel* — канал передачи сообщения) — **R** (*the receiver, the decoder* — получатель сообщения).

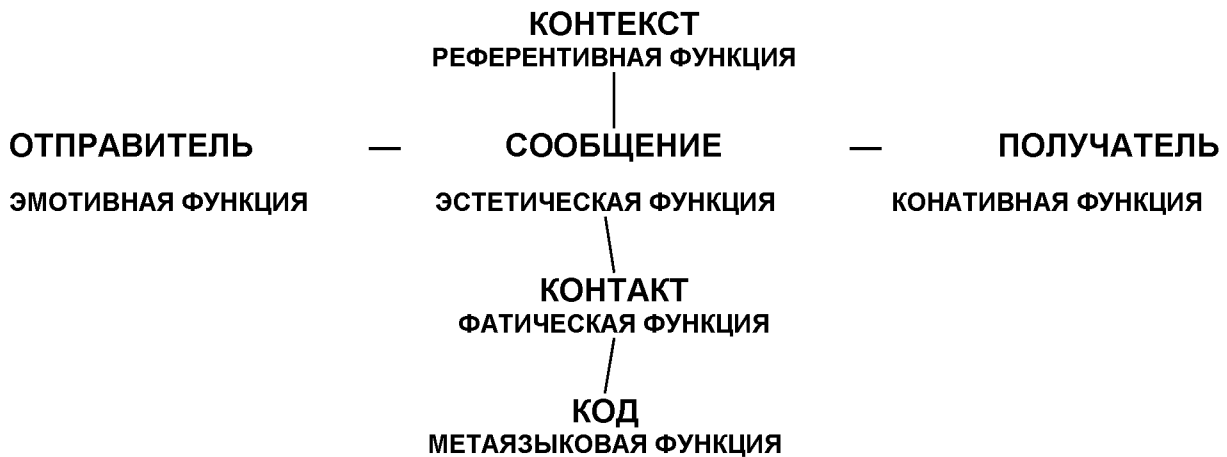


Рис. 2. Модель Р. Якобсона

Согласно данной модели отправитель сообщения обладает определенной идеей, которая выражена в сообщении и передана через некоторый канал передачи адресату. Понимание адресатом переданного сообщения зависит от многих факторов, таких как образование, уровень культуры, жизненный опыт. Ответная реакция адресата на полученное сообщение показывает, насколько правильно оно было интерпретировано [Heath, Bryant 2000: 61—70].

Представленная модель демонстрирует роль общности социокультурного фактора и единого отношения адресата и адресанта к предмету общения в осуществлении успешной коммуникации.

Фактор шума отражен также в исследовании М. Л. Де Флюера. Помимо различной интерпретации исходного сообщения (как некоторой информации) и полученного сообщения (как некоторого значения), в своей модели М. Л. Де Флюер учитывает фактор обратной связи, чем в корне меняет представления о коммуникативном процессе, существовавшие ранее. По мнению ученого, именно наличие

обратной связи позволяет видоизменять и приспособлять сообщение под конкретные условия выбранного канала коммуникации, повышая тем самым его эффективность [De Fleur 1975].

Следующей ступенью в развитии коммуникативных моделей стало появление циркулярной модели Ч. Осгуда — У. Шрамма (рис. 3).

Особенностью данной модели стало обращение к самим участникам коммуникации. У. Шрамм выдвинул следующий тезис: для того, чтобы понять передаваемое сообщение, коммуникатор и реципиент должны обладать схожим опытом в определенной области [Schramm 1974].

По мнению У. Шрамма, коммуникативный процесс бесконечен, а получатель и отправитель являются равноправными участниками коммуникации.

Последний тезис является особенно актуальным в рамках нашего рассмотрения. Исходя из того что коммуникативное пространство, созданное в сети Интернет, позволяет принимать участие в коммуникации любому количе-

ству пользователей, а адресанту и адресату — в одинаковой степени влиять на процесс организации коммуникации, по-разному интерпретировать передаваемые сообщения, осуществлять двусторонний информационный обмен и поддерживать постоянное общение, виртуальную коммуникацию можно считать непрерывной, а ее участников — равноправными.

Ярким этапом в развитии теории коммуникации стало появление коммуникативной модели, созданной американским исследователем массовой коммуникации Дж. Гербнером. Логическая структура модели выглядит следующим образом: «Некто (1) — воспринимает какое-либо событие (2) — и реагирует (3) — на ситуацию (4) — путем использования некоторых средств (5), — чтобы сделать доступными материалы (6), — в той или иной форме (7) — и обстановке (8) — передающие содержание (9) — с определенными последствиями (10)» [Gerbner 1956: 171] (рис. 4).

Согласно данной модели, индивид М воспринимает событие Е как некое изменение своего состояния, как ощущение Е1 в форме зрительного, слухового или иного восприятия. При этом право выбора воспринимаемого события остается за самим индивидом. Таким образом, человеческая коммуникация может рассматриваться как субъективный, избирательный, изменчивый и непредсказуемый процесс, а система человеческой коммуникации — как открытая система.

В 1950-х гг. Т. Ньюкомом была предложена модель коммуникации, основанная на предположении о том, что коммуникация — процесс, позволяющий двум (или нескольким) индивидам поддерживать одинаковые ориентации друг к другу и к внешнему объекту. Схематически данная модель имеет вид треугольника, в основании которого расположены индивиды А и В, а вершиной является некоторый объект Х (рис. 5).

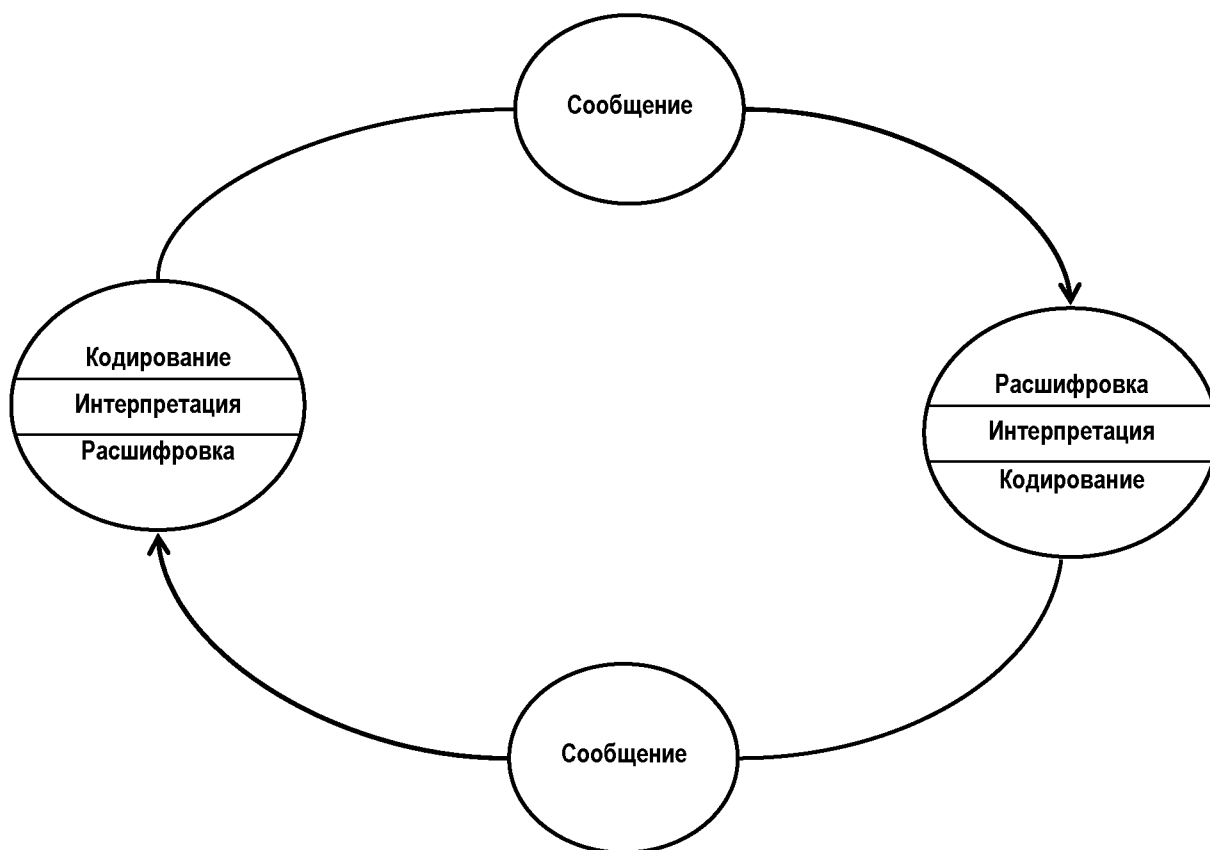


Рис. 3. Циркулярная модель коммуникации Ч. Осгуда — У. Шрамма

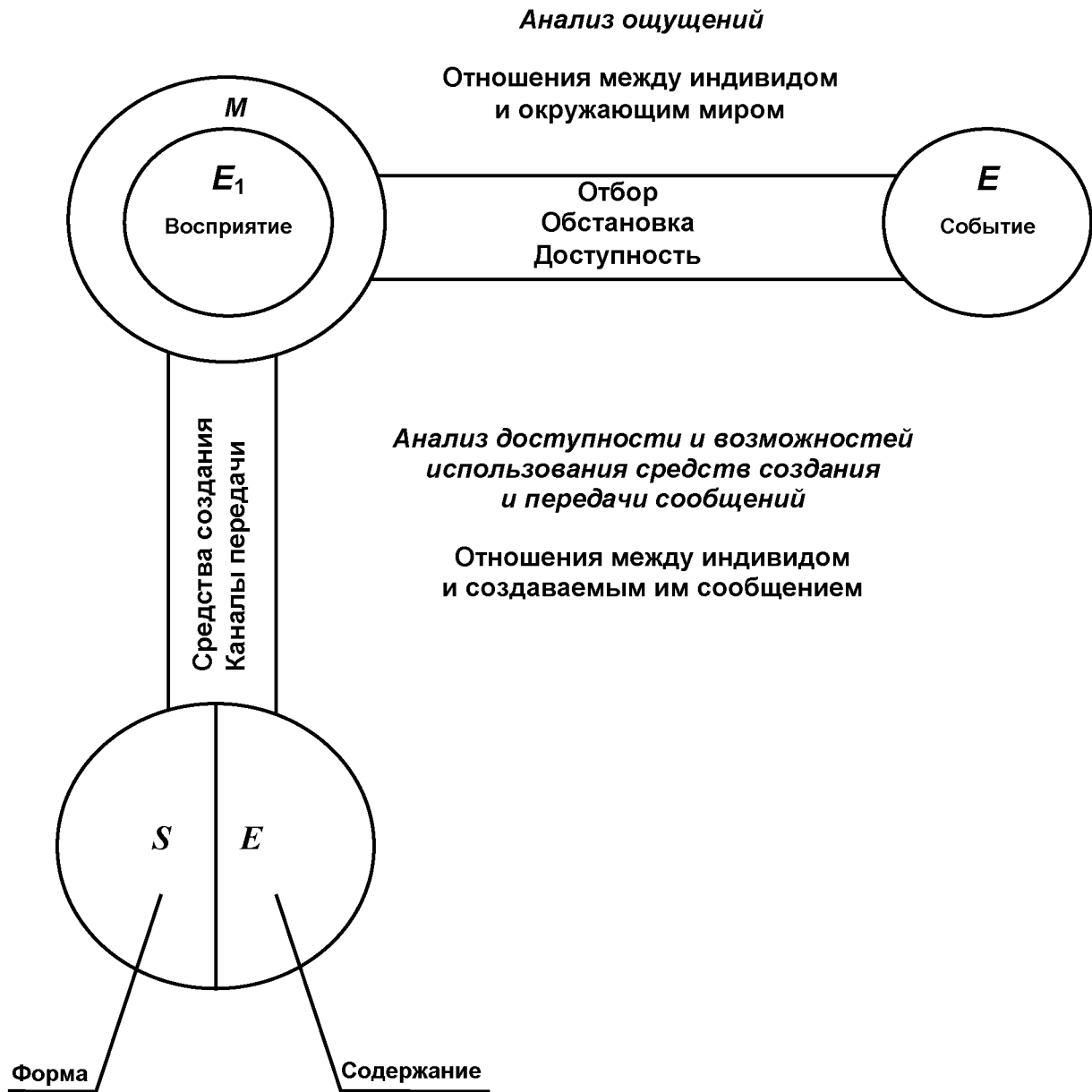


Рис. 4. Коммуникативная модель Дж. Гербнера

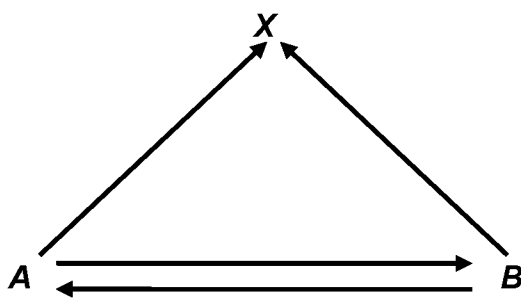


Рис. 5. Модель Т. Ньюкома

В случае, когда сбалансированность взаимоотношений между А и В либо их позиций по отношению к X нарушается, возникает комму-

никация, задачей которой становится сохранение существующей симметрии [Newcomb 1953].

Отчасти данная модель характеризует и процесс общения в виртуальной среде. Получая некоторое сообщение, противоречащее собственным представлениям, пользователь начинает активно включаться в дискуссию, искать факты, доказывающие правильность принятого им решения, что способствует развитию процесса коммуникации. Однако, по нашему мнению, опираться на данную модель в полной мере, анализируя интернет-опосредованную коммуникацию, было бы неправильно, хотя обращение к ней для выяснения причины возникновения коммуникации вполне оправданно.

Особенностью модели американских исследователей Б. Вестли и М. Мак-Лейна явля-

ется наличие непосредственной связи каналов коммуникации с окружающей действительностью и обратной связи аудитории с источником информации. Задачей канала коммуникации является выявление потребностей аудитории и их удовлетворение путем кодирования в общепринятую систему символов и передачи сообщений через средства массовой информации. Важной отличительной чертой представленной модели является учет фактора фильтрации сообщений как существенного аспекта процесса массовой коммуникации. Исследователи признают наличие некоторого элемента, как правило, человека, контролирующего прохождение информации и допускающего либо не допускающего получение сообщения аудиторией [Westley 1957]. Наиболее наглядным примером канала коммуникации, во многом определяющего сам процесс общения, является всемирная сеть Интернет. Образую виртуальную реальность, Интернет отражает особенности реального мира, в Сети формируются коммуникативные сообщества, общению которых содействуют технические возможности Интернета как особого канала коммуникации. В Сети также наблюдается процесс «отсеивания» поступающих сообщений модераторами сайтов, имеющими право редактировать, удалять сообщения и закрывать пользователям доступ к сетевому ресурсу [см. также: Кобышева, Головченко 2012].

Немецкий исследователь Г. Малецке (G. Maletzke) предложил принципиально иную «схему полей массовой коммуникации», в которой указал социально-психологические факторы, оказывающие влияние на коммуникационный процесс. Модель построена на традиционных элементах: коммуникатор (источник), сообщение, посредник и получатель. Однако, по мнению исследователя, между посредником и получателем существует «давление», или «принуждение» [Maletzke 1963]. В указанной модели Г. Малецке обращает внимание именно на возможность оказания влияния и степень влияния на различных адресатов. Учитывая психологические особенности личности, ученый показывает, что ее внутренняя структура оказывает большое влияние на восприятие, а люди с заниженной самооценкой наиболее подвержены убеждению. В свою очередь, коммуникатор, выстраивая сообщение, всегда опирается на определенный образ адресата, что порождает четко сформированное коммуникативное поведение, предсказуемость исхода коммуникации и возможность управлять ею.

Образ коммуникационного посредника, существующий у аудитории, формирует соответствующие требования к сообщению. Наиболее существенным в **образе коммуникатора** для реципиента является *степень доверия* к нему. Уровень доверия определяется соответствием коммуникатора определенному образу, максимально одобряемому аудитории

ей. Чем большее доверие завоеует коммуникатор, тем лучше будет восприниматься отправленное им сообщение. Основным условием успешности коммуникации для субъектов данного процесса становится правильная социальная ориентация на свою аудиторию. В случае виртуальной коммуникации анонимность аудитории в значительной степени мешает эффективности влияния, оказываемого передаваемым сообщением. Возможное решение данной проблемы для адресанта — изучение аудитории и формирование, в свою очередь, **образа коммуниканта**. Одним из определяющих факторов, способствующих построению образа собеседника, а вместе с ним и положительного либо отрицательного отношения к нему, является стиль общения, речевое поведение собеседника.

Однако представленные коммуникативные модели не принимали в расчет определенные моменты общественной жизни. В связи с этим новым подходом к изучению процесса коммуникации стала коммуникативная модель, созданная Дж. Рили и М. Рили. Ученые предложили «социологический» подход к изучению массовой коммуникации, ориентированный на анализ процессов, происходящих в аудитории, и рассматривающий массовую коммуникацию лишь как одну из многих социальных систем, сосуществующих в современном обществе [Riley 1959].

Данный подход основывается на положении о том, что коммуникаторы включены в многочисленные психологические отношения, которые, хотя и не связаны с коммуникацией непосредственно, все же оказывают на нее серьезное, а иногда и решающее влияние. Среди таких психологических отношений важнейшими являются принадлежность индивида к определенным первичным и референтным группам. Первичными группами авторы называют объединенные близкими отношениями группы людей, непосредственным членом которых является индивид (например, семья). Референтную группу авторы определяют как условный образец, ориентируясь на который индивид формирует свои ценности, установки, поведение. Близкие человеку первичные группы также могут выступать для него носителями норм и являться, таким образом, референтными [см. также: Алимуратов, Реунова 2006; Алимуратов 2008]. В свою очередь, первичные группы выступают частью более широкого социального окружения. В отдельную категорию можно выделить также так называемые «вторичные» группы — политические организации, союзы, объединения и другие, которые тоже выступают для своих членов носителями норм и ценностей.

Процесс массовой коммуникации влияет на социальную установку, на взаимоотношения между группами различных уровней, но что еще более важно, он сам испытывает влияние этих взаимоотношений и во многом определя-

ется особенностями той социальной системы, в рамках которой и происходит массовое общение [Riley 1959: 33—35].

Таким образом, в анализируемой модели обращается внимание на важность социальных связей членов коммуникационного процесса, но природа этих связей не эксплицируется.

В отечественной лингвистике рассмотрением вопросов моделирования речи, разработкой теории порождения речевого высказывания занимался один из основателей психологической теории речевого воздействия

А. А. Леонтьев. Ученый предложил модель порождения речи, состоящую из следующих этапов: внутреннее программирование — грамматико-семантическая реализация высказывания и выбор слов — конструирование высказывания (определение последовательности слов по нормам грамматики языка). По А. А. Леонтьеву, решающее влияние на ход коммуникативного процесса оказывает мотив, цель коммуникации. В данной связи, звено мотивации включено как определяющее в структуру порождения речевого высказывания [Леонтьев 1969].



Рис. 6. Модель эффективного межличностного взаимодействия

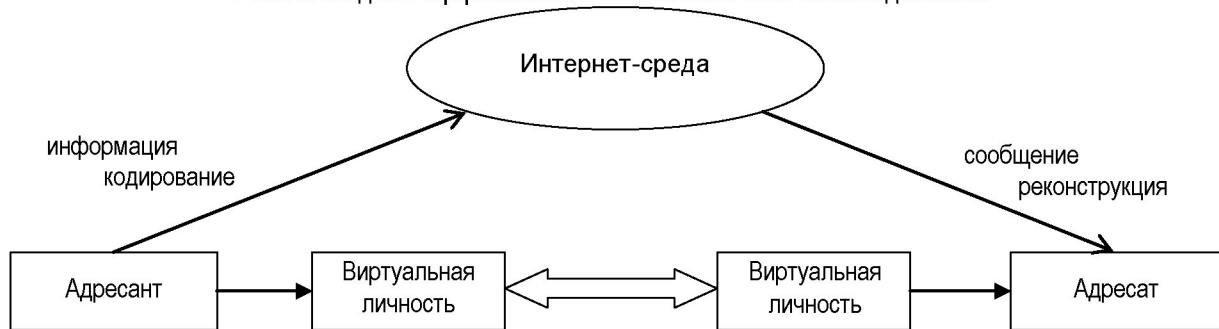


Рис. 7. Модель коммуникации в виртуальном пространстве

На современном этапе учеными-коммуникативистами О. Харги (O. Hargie) и Д. Диксоном (D. Dickson) разработана модель эффективного межличностного взаимодействия, в которую входят шесть основных элементов [рис. 6]:

- 1) личностно-ситуационный контекст;
- 2) цель;
- 3) посредники;
- 4) отклик;
- 5) ответная реакция;
- 6) осознание.

Модель основывается на трех основных положениях. Во-первых, люди всегда действуют целенаправленно; во-вторых, они восприимчивы к последствиям совершаемых ими действий; в-третьих, реагируя на полученные результаты, они стремятся улучшить деятельность в будущем.

На процесс коммуникации оказывают влияние в первую очередь индивидуальные особенности каждой личности, а также сама ситуация общения. Люди устанавливают и преследуют определенные цели в ситуациях, в

рамках которых они взаимодействуют. Чтобы осознать каждую конкретную цель, задействованы посреднические процессы. Соответственно, могут быть сформулированы возможные коммуникативные стратегии, оценены эффекты их воздействия и выбран конкретный план действий. На использование и корректировку данного плана влияют полученные ответы собеседника.

Интерактивный характер данного процесса в том, что каждый участник, отправитель сообщения, воздействуя на собеседника, наблюдает обратную реакцию на отправляемое сообщение, которая влияет на достижение поставленной коммуникативной цели [Hargie, Dickson 2004: 22—24].

Существенной особенностью анализируемой модели является акцент на индивидуальных личностных качествах личности, влияющих на процесс коммуникации, и на ситуации, в рамках которой разворачивается коммуникативный процесс. Влияние ситуации на процесс осуществления общения, возможностей самопрезентации, раскрытия творческого потенциала говорящего весьма ощутимо на просторах Интернета в процессе общения незнакомых, как правило, в реальной жизни виртуальных личностей.

В пределах нашего исследования, основываясь на приведенных выше мнениях, мы представили модель коммуникации в виртуальном пространстве так, как показано на рис. 7.

Виртуальная среда в значительной степени влияет на процессы интеракции, о чем свидетельствуют особенности интернет-опосредованной коммуникации. Общение в Интернете является разновидностью непрямого общения, оно *дистантно* и опосредовано электронной сетью, создающей особые условия для порождения и восприятия речи, для обмена текстами. В случае интернет-коммуникации общение происходит не между отправителем и получателем информации, как при обычном непосредственном общении. Ввиду того что Интернет выступает не только как канал, средство общения, но и как особая коммуникативная среда, он становится равноправным участником коммуникации. Общение, таким образом, осуществляется между виртуальной личностью и интернет-средой. Таким образом, процесс коммуникации протекает в рамках определенной среды, в которую поступает информация и из которой получают сообщения не конкретные личности, а их виртуальные образы, созданные в Интернете. Реальный адресат в виртуальном мире отсутствует. Благодаря фактору анонимности, существующему в Сети, внешние характеристики участников (пол, возраст, внешность) остаются *скрытыми*. Пользователь сообщает о себе лишь выборочную информацию, которая также может быть неправдивой. Таким образом, ре-

альная личность маскируется под некоторый виртуальный образ, созданный ей самой и достаиваемый собеседником на основе имеющихся фактов вербального поведения, а также собственных предпочтений, отношения к партнеру по коммуникации. Скрываясь в виртуальном мире под специально созданными виртуальными образами, коммуниканты общаются друг с другом через призму данных образов. Общение, таким образом, происходит не между реальными личностями, а между *виртуальными воображаемыми партнерами, т. е. виртуальными языковыми личностями* [Crystal 2006; Синельникова 2011].

Под виртуальной языковой личностью мы понимаем существующую в реальной жизни языковую личность, погруженную в ситуацию общения в виртуальной реальности, основным средством самопрезентации которой является ее коммуникативное поведение, созданные сообщения.

В процессе общения в Сети виртуальная личность конструирует собственную идентичность за счет *самопрезентации*, которая, в свою очередь, неотделима от самопознания (а точнее знания самого себя) и самооценки себя как языковой личности. Самопрезентация, или самоподача говорящего, определяется как реализованная в процессе межличностного общения способность коммуниканта оказывать влияние на процесс формирования своего образа у собеседника [Елькина 2012: 69].

Тот факт, что участники создают значимые узнаваемые идентичности в онлайн-контексте, подтверждает социальный характер интернет-сообщества — особый контекст, в котором участники оценивают успех взаимодействия по степени восприятия их окружающими. Таким образом, чтобы обладать определенной идентичностью, необходимо находится в контексте, в котором можно идентифицировать себя и быть идентифицированным окружающими [Waskul, Douglass 1997: 378].

Основными способами самопрезентации могут быть названы самописание и самовыражение. В первом случае человек создает свой образ, используя описание. Он создает иконический образ себя, максимально близкий, по его мнению, к его личности. Во втором случае создаваемый образ отличается от «выражающего» его человека, и автор предстает перед нами в косвенном, символическом виде [Курчакова 2007: 142; цит. по: Елькина 2012: 69].

Очевидно, что в условиях виртуальной реальности и отсутствия живого зрительного контакта возможности самопрезентации резко сокращаются. Невербальный компонент общения в данном случае практически полностью потерян и компенсируется лишь отчасти, в зависимости от творческого потенциала виртуального коммуниканта. Ввиду этого самопрезентация становится возможной благодаря использованию

именно лингвистических механизмов. Таким образом, существенными средствами самопрезентации являются имя пользователя — никнейм — и его речевое поведение в Сети.

Поскольку общение за счет фактора анонимности протекает зачастую с **неизвестным, воображаемым собеседником**, у пользователей появляется возможность создавать новый социальный портрет, не совпадающий с реальной действительностью и основанный порой на **подмене коммуникативных ролей**, что сказывается на выборе никнейма как возможности отражения выбираемой сущности и на определенной направленности речевого поведения. В связи с этим логично говорить об идентичности виртуальной личности и возможности игрового переименования собственного образа.

Clydebear:

*Anyway, I would hope that whatever we can do behind the scenes to ensure Robin remains an Arsenal player for as long as possible is being done. He **clearly** loves the club, he's relishing the captaincy and the responsibility it brings, and it's now up to those around him to respond to what he's doing on the pitch. By that I mean the other players. Everyone has a part to play, it can't be a case we just give it to Robin to let him do his stuff. **Personally, I think** the defensive side of his game is one that could still **be improved**, and maybe what Theo needs is bit more consistency in general. **I think** I described him as **frustratingly** effective a few weeks back and when you look at the quality of his crossing to set up the chances for Gervinho and van Persie (which was a fantastic ball), and then compare with some of the efforts he skies into the crowd from similar positions, **then it's hard to kill two birds with one stone**. Still, **I hope** Saturday's game will have brought him out of the semi-funk he was in and he can kick on from here. I am still laughing at John Terry, **I don't think** I'll ever stop [Clydebear].*

Это высказывание, автором которого, по данным профиля, является мужчина, содержит ряд гендерных маркеров, присущих женской речи, а именно: наречия, оканчивающиеся на *-ly* (*clearly, personally, frustratingly*); употребление пассивного залога; выражения *I think, I hope, I don't think*; фразеологизма *to kill two birds with one stone*. Единственной мужской особенностью речи, наблюдаемой нами в данном отрывке, является связность текста, текстовая когезия. На наш взгляд, вполне возможно, что за именем *Clydebear* скрывается женщина, маскирующая собственную гендерную идентичность. (Об особенностях детского, женского и мужского дискурса см. также: [Алимурадов, Блинова, Раздубев 2010; Алимурадов, Гусева 2010; Алимурадов, Григорьева, 2009 и др.])

Итак, рассмотрев основные модели коммуникативного процесса и обозначив модель коммуникации, отражающую ситуацию обще-

ния в виртуальном пространстве, заключим, что интернет-опосредованная коммуникация осуществляется в относительно специфических условиях при участии виртуальных языковых личностей, создание образа которых возможно с помощью виртуального имени — никнейма — и через речевое поведение в Сети. Благодаря фактору анонимности и опосредованности данного вида коммуникации, реальные личности имеют возможность создавать новый социальный портрет, не совпадающий с реальной действительностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимурадов О. А. Кластерная теория референции и семантика имен: краткие заметки на полях // Филология и человек. 2008. № 1. С. 42—50.
2. Алимурадов О. А., Блинова Д. Е., Раздубев А. В. Фреймовое моделирование языковой картины мира, репрезентируемой в англоязычном детском дискурсе // Вестн. Иркут. гос. лингвист. ун-та. 2010. № 4. С. 6—13.
3. Алимурадов О. А., Григорьева Н. В. Интеракционная природа дискурса и некоторые критерии его осмысленности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2009. № 2. С. 31—37.
4. Алимурадов О. А., Гусева М. А. Структурная и признаковая модели концепта BEAUTY (КРАСОТА), объективируемого в современном англоязычном женском дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 3. С. 12—19.
5. Алимурадов О. А., Реунова О. И. О сущности процесса референции // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2006. № 1. С. 79—89.
6. Елькина О. М. Лингво-социокультурные особенности речевой деятельности в сфере компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале англоязычных блогов): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. — Пятигорск, 2012.
7. Кобышева Е. И., Головченко И. Ф. Интеграция online медиации в правовое пространство России // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2012. № 2. С. 367—372.
8. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. — М.: Просвещение, 1969.
9. Синельникова Л. Н. Языковая личность vs. дискурсивная личность: отношения дополнительности или новая категоризация // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. — Орел: ФГБОУ ВПО ОГИИК: ООО «Горизонт», 2011. Вып. 9. С. 37—44.
10. Якобсон Р. О. Речевая коммуникация. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избр. работы / Р. О. Якобсон. — М.: Прогресс, 1985. С. 306—330.
11. Braddock R. An Extension of the «Lasswell Formula» // Journal of Communication. 1958. 8. P. 88—93.
12. Clydebear. Comments // Stuck In The Middle With You / Smith S. URL: <http://sharideth.com/2014/03/27/stuck-in-the-middle-with-you/#comments> (date of access: 25.04.2014).
13. Crystal D. Language and the Internet. — N. Y.: Cambridge Univ. Pr., 2006.
14. DeFleur M., Ball-Rokeach S. Theories of Mass Communication. — N. Y., 1975.
15. Gerbner G. Toward a General Model of Communication // Audio-Visual Communication Review. 1956. Vol. 4. P. 171—199.

16. *Hargie O, Dickson D.* Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory, and Practice. 4th edition. — Routledge, 2004.

17. *Heath R.L., Bryant J.* Human Communication Theory and Research: Concepts, Contexts, and Challenges. 2nd edition. — New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, 2000.

18. *Jensen K. B.* A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. — London : Routledge, 2002.

19. *Lasswell H. D.* The structure and function of communication in society // The Communication in Ideas / Bryson (ed.). — N. Y. : HarperandBrothers, 1948.

20. *Maletzke G.* Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. — Hamburg, 1963.

21. *Newcomb T. M.* An approach to the study of communicative acts // Psychological Review. 1953. Vol. 60. P. 293—304.

22. *Riley J.W., Riley M. W.* Mass communication and the social system // Sociology Today / R. K. Merton et al. (eds.). — N. Y., 1959.

23. *Schramm W., Roberts D. F.* The Process and Effects of Mass Communication. — Univ. of Illinois Pr., 1974.

24. *Shannon C.* The Mathematical Theory of Communication // The Bell System Technical Journ. 1948. Vol. 27.

25. *Waskul D., Douglass M.* Cyberself: the emergence of self in on-line chat // Information Society. 1997. 13. P. 375—397.

26. *Westley B., MacLean M.* A Conceptual Model for Communications Research // Journalism Quarterly. 1957. 34. P. 31—38.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. О. А. Алимуратов.