

На правах рукописи

ЧЕПЕЛЬ Юлия Владимировна

**СПЕЦИФИКА СИНОНИМИИ В ИНТЕРНЕТ-
КОММУНИКАЦИИ**

Специальность **10.02.19** – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Курск – 2009

Работа выполнена на кафедре иностранных языков
Курского государственного университета

Научный руководитель – доктор филологических наук,
профессор Лебедева Светлана
Вениаминовна

Официальные оппоненты – доктор филологических наук, профессор
Харченко Вера Константиновна

кандидат филологических наук, доцент
Воронцова Светлана Сергеевна

Ведущая организация – Тверской государственный университет

Защита состоится «15» октября 2009 г. на заседании объединенного
диссертационного совета ДМ 212.104.02 при Курском государственном
университете по адресу: 305000, г. Курск, ул. Радищева, 33.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Курского
государственного университета.

Автореферат разослан «___» сентября 2009 г.

Ученый секретарь объединенного
диссертационного совета
доктор филологических наук, профессор

И.С. Климас

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая диссертация посвящена изучению специфики синонимии в интернет-коммуникации.

Данная работа выполнена в русле современных тенденций изучения синонимии как когнитивного феномена с опорой на результаты исследований в области лингвистики, психологии, психолингвистики, когнитивной лингвистики. В диссертации обосновывается комплексный подход к изучению названного феномена, поскольку для современных лингвистических исследований характерны направления, которые «складываются как возникающие не просто на стыке психологии, физиологии, психолингвистики и других наук, а как результат вычленения лингвоментальных универсалий, одинаково адекватно описывающих объекты перечисленных наук» (Е.В. Лукашевич).

Постоянный теоретический интерес к синонимии вызван ее присутствием в различных контекстах. Расширение контекстов изучения и функционирования синонимии объясняется тем, что разные профессиональные сферы деятельности имеют «свои» синонимы, которые позволяют увидеть предметы и явления в ином ракурсе, раскрыть их сущность на основании сходства и различия с другими, уже известными в другой области знания. В реферируемой диссертации рассматривается синонимия в интернет-коммуникации, которую сегодня нельзя рассматривать как нечто принадлежащее только миру техники, так как она очень глубоко проникла в повседневную жизнь человечества и выделить ее из общего мировоззренческого и культурологического контекста невозможно.

Существует немало исследований, посвященных изучению особенностей коммуникации и языка Интернета (М.Б. Бергельсон, О.В. Дедова, Е.И. Литневская, А.П. Бакланова, А.В. Палкова, Т.Н. Прокопчик, Г.Н. Трофимова). Однако синонимические отношения в интернет-коммуникации еще не становились предметом специального исследования в русле комплексного подхода. Виртуальное пространство и интернет-коммуникация сосредоточены вокруг человека – пользователя и участника общения. Принятый в диссертации психолингвистический подход к значению (А.А. Залевская) дает основание говорить о том, что синонимия в лексиконе человека динамична, ее специфика определяется свойствами того фрагмента образа мира индивида, «ключом» к которому она является (С.В. Лебедева). В диссертации показано, что в интернет-коммуникации выбор и образование синонимов обуславливается личностью коммуниканта. Поэтому такой сложный феномен описывается синонимическими средствами, содержащими множество вербальных и невербальных единиц, демонстрирующих разную степень близости друг другу и объекту толкования. В ходе исследования были выявлены

различные основания для рассмотрения синонимии в интернет-коммуникации в виде интерформ и интердескрипций, которые являются структурными аналогами исследуемого нами феномена. В реферируемом сочинении показано, что обширная синонимика в области характеристики явлений виртуальной действительности вызвана тем, что человек концептуализирует виртуальную реальность по своему образу и подобию. Сказанное выше обусловило выбор темы и ее актуальность.

Объектом исследования являются синонимы в интернет-коммуникации; **предметом** – их специфика и особенности функционирования.

В качестве **гипотезы** выступает следующее положение: характер и особенности синонимии в интернет-коммуникации будут определяться спецификой контекста и художественными образами, намеренно создаваемыми и специально фиксируемыми пользователями – участниками коммуникации.

Цель диссертации – выявление и описание специфики синонимии в интернет-коммуникации. Для достижения цели были поставлены и решены следующие **задачи**:

– изучить имеющиеся теоретические представления о синонимии в отечественном и зарубежном языкознании;

– рассмотреть особенности коммуникации, происходящей в Интернете;

– проанализировать контекст Интернета, в рамках которого происходит создание и функционирование синонимов;

– определить специфику текста, функционирующего в Сети, – гипертекста;

– выявить особенности языка общения в контексте Интернета;

– описать синонимы, функционирующие в интернет-коммуникации;

– выделить и охарактеризовать виды синонимов, существующих в Интернете;

– провести экспериментальное исследование синонимии в интернет-коммуникации с целью выявления специфики ее функционирования.

Теоретической базой настоящей диссертации послужили работы в области лексической семантики Ю.Д. Апресяна, А.А. Реформатского, Б.Н. Головина, А.П. Евгеньевой, В.А. Звегинцева, Г.В. Колшанского; психолингвистики – А.А. Леонтьева, А.А. Залевской, С.В. Лебедевой. Мы опирались на достижения современных лингвистов, изучающих феномен Интернета и его составляющих: М.Б. Бергельсон, О.В. Дедовой, М.С. Огороковой, М.Ю. Сидоровой, Г.Н. Трофимовой.

В соответствии с целями и задачами исследования были избраны следующие **методы и методики**: комплексный теоретический анализ, метод словарного моделирования, эксперимент, метод количественной

обработки экспериментальных данных, сопоставительный анализ экспериментальных данных.

Материалом исследования послужила информация с порталов <http://www.mail.ru/>, <http://www.yandex.ru/>, <http://www.google.com/>; дефиниции из словарей разных типов; результаты двух экспериментов, в которых приняли участие 302 реципиента. Было проанализировано 9060 экспериментальных фактов, 317 псевдонимов, 30 словарных статей.

Научная новизна исследования определяется новым ракурсом изучения объекта – синонимии в интернет-коммуникации. Кроме того, впервые в рамках комплексного подхода осуществлена попытка выявить и охарактеризовать синонимы, реализуемые в интернет-коммуникации.

Теоретическая значимость исследования обусловлена расширением представления об интернет-коммуникации как особой среде общения и особом контексте. Выявленная в исследовании связь синонимических отношений с их контекстуальной характеристикой создает базу для дальнейшего теоретического осмысления феномена синонимии.

Практическая ценность диссертации определяется возможностью использования ее выводов в лексикографии при составлении компьютерных словарей, а также включения ее материалов в практические курсы по теории языка, стилистике, психолингвистике. Отдельные наблюдения и положения могут заинтересовать специалистов в области информатики и теории коммуникации.

В результате выполненного теоретического и практического исследования **на защиту выносятся следующие положения.**

1. В контексте Интернета формирование синонимических связей осуществляется на основании взаимодействия различных типов сходства и отражает особенности языка коммуникантов. Вариативность вербальных и невербальных синонимических единиц коммуникации в Интернете определяется личностью пользователя и техническими характеристиками общения.

2. В Сети функционирует синонимия, организующими компонентами которой выступают ситуация интернет-коммуникации, контекст, гипертекст и язык Интернета.

3. В контексте Интернета функционирует проективная синонимия, создаваемая посредством проекции значения из одной структуры в другую. Основанием для синонимического проектирования является когнитивный опыт, знания, ценностные ориентиры и личностные особенности пользователя. В интернет-коммуникации проективная синонимия представлена в виде интерформ и интердескрипций.

4. Интерформы – это спонтанные синонимы, создаваемые пользователем в процессе общения, в ситуации «здесь и сейчас». Следствием этого является наличие полного тождества в содержании

понятий, увязываемых с вербальными и невербальными единицами общения.

5. Интердескрипция выступает как осознанный синоним-маска, средство введения в заблуждение потенциальных собеседников и в определенной степени отражает представление пользователя о своей идентичности.

6. Специфика интерформ и интердескрипций заключается в их предметности и связана с культурно-историческими условиями развития общества. Они актуализируют переживание индивидом готовности оперировать совокупностью продуктов предшествующего разностороннего опыта, закрепленной за синонимической формой как средством доступа к единой информационной базе человека.

Апробация результатов исследования: основные результаты изложены в докладах и сообщениях на Международной научной конференции «Лингвистические основы межкультурной коммуникации» (Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова: 20 – 21 сентября 2007 г.), на Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием «Текст. Дискурс. Жанр» (Балашов, 20 – 21 сентября 2007 г.), на Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Язык. Коммуникация. Культура» (Курск: КГМУ: 21 – 28 января 2008 г.), на Международной научной конференции «Актуальные проблемы теории и методологии науки о языке» (СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина: 24 – 25 мая 2008 г.). По теме исследования опубликовано 9 работ общим объемом 2,5 п.л.

Структура диссертации: диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во *введении* обосновывается актуальность темы исследования, определяются предмет, объект, методы исследования, ставятся цели и задачи, формулируются положения, выносимые на защиту.

В *первой главе* «Теоретические аспекты описания синонимии в контексте Интернета» дается обзор теоретических изысканий в области синонимии, цель которого показать сложность и многоплановость данного явления (С.Г. Бережан, А.П. Евгеньева, Н.В. Шведова, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Ю.Д. Апресян, К. Allan, Н. Kamp, E. Foxley, W.A. Garnham, Н. Jackson, J. Saeed, Y.N. Moschovakis и др.). Для настоящего исследования особенно значимыми оказались работы Ю.Д. Апресяна, А.А. Залевской, С.В. Лебедевой, поскольку они помогают проследить динамику представлений о синонимии.

В настоящее время синонимия рассматривается как универсальное явление языка, которое постепенно стало объектом исследования в различных областях научного знания. Традиционно синонимами считают слова, имеющие тождественные, совпадающие или близкие значения (Ю.Д. Апресян, В.А. Звегинцев, А.П. Евгеньева, G. Chierchia, R. Harris).

Наиболее спорной в исследовании синонимов можно считать проблему, связанную с определением и разным пониманием самого термина «синонимия». Причиной довольно пестрой картины взглядов и мнений является, с одной стороны, бурное развитие информационных технологий, открывающих широкие возможности для новых подходов к языковым явлениям, а с другой – обращение к человеку, его миру и его системам (С.В. Лебедева). Происходящие изменения в подходах к изучению языка привели к тому, что практически во всех словарных статьях, посвященных синонимии, даются несколько определений или в той или иной форме обязательно упоминаются признаки и свойства, которые не согласуются с традиционными лингвистическими взглядами на исследуемый феномен. В реферируемой диссертации отмечается, что с психолингвистической точки зрения на первый план выходит не языковая, а психологическая личность, для которой тождество, сходство, аналогия являются важнейшей характеристикой существования. Примеры расхождения между лингвистической трактовкой синонимии и суждениями носителей языка, а также данные экспериментальных исследований позволили А.А. Залевской ввести понятие симиляров (от англ. similar – «сходный», «похожий») – это слова, которые субъективно переживаются как имеющие сходное значение. С.В. Лебедева, отмечая сложную природу синонимии, предлагает термин «проксимы», под которыми понимаются любые языковые единицы, сигнализирующие о близости значения слов в ситуации «здесь и сейчас» и появившиеся в результате процесса проксимации.

Сложные связи между языком, мышлением и действительностью, многообразие и уникальность функционирования языка в процессах познания и коммуникации придают особую принципиальную значимость изучению и выявлению специфики феномена синонимии. Проведенное исследование свидетельствует о том, что синонимические варианты создает человек – участник общения – в разных контекстах интернет-коммуникации. В настоящей диссертации интернет-коммуникация понимается как виртуальный, быстрый, краткий, свободный обмен информацией между пользователями при помощи букв, символов и специальных знаков, сочетающий формы устной и письменной речи, имеющий специфический контекст, различные цели и направленный на взаимопонимание.

Отметим, что синонимия в интернет-коммуникации имеет свои особенности и ограничена рамками виртуального общения. Она

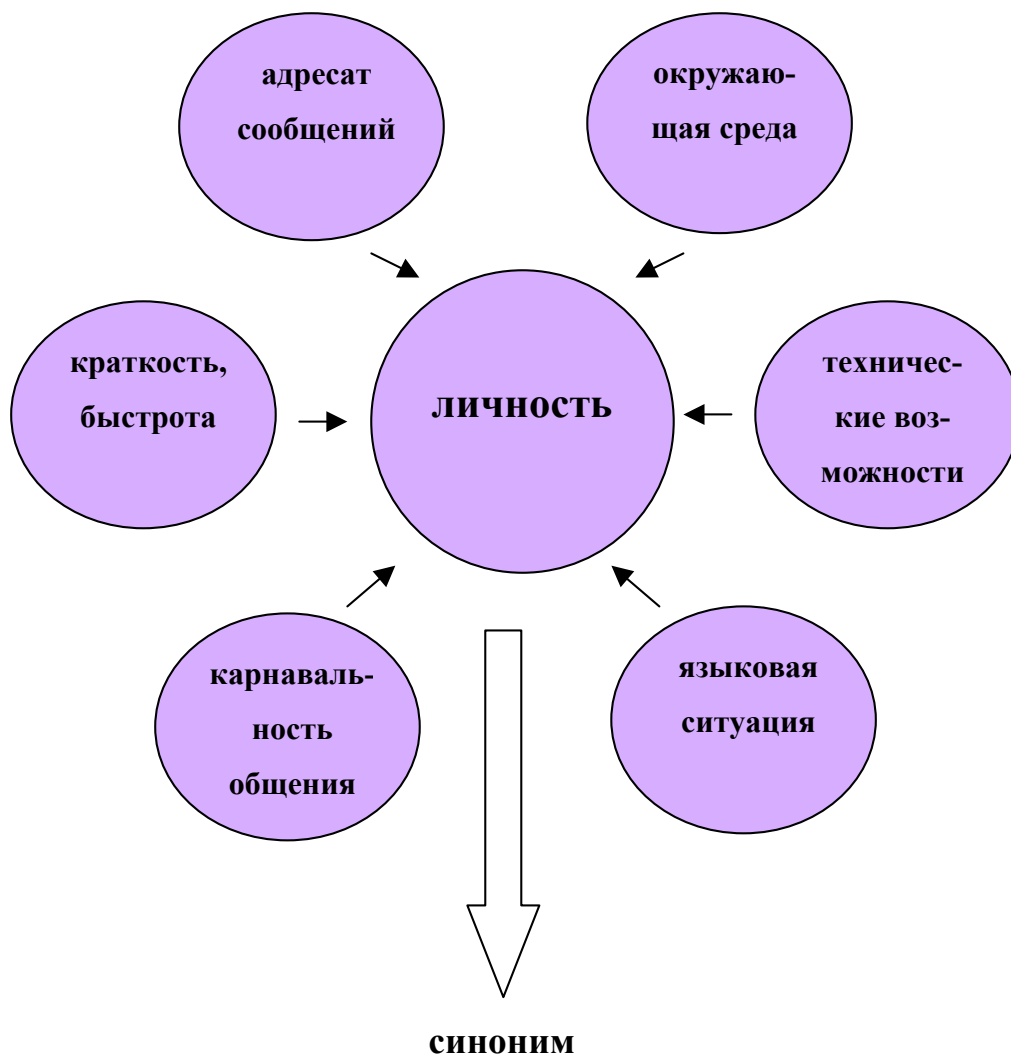
обусловливается своеобразными компонентами, обеспечивающими ее создание и организующими ее функционирование: контекстом Интернета, гипертекстом, языком сетевого взаимодействия. С опорой на исследования, посвященные различным типам контекста, в диссертации выявлено, что контекст Интернета представляет собой взаимодействие социального, культурного, внешнего и внутреннего, ситуативного и глобального контекстов. Кроме того, есть основания говорить об особой значимости такой его характеристики, как карнавальность, влияющей на специфику создания синонимических вариантов. Вслед за Н.Г. Асмус под *виртуальным карнавалом (маскарадом)* мы понимаем взаимодействие речевых масок виртуальных коммуникантов, которое выражается в создании игрового импровизационного стиля общения. Интернет-коммуникация протекает в контексте Интернета, в атмосфере карнавальности, реализуясь в гипертекстах, которые создаются с помощью особого сетевого языка. Наблюдения над языком Сети свидетельствуют о том, что он имеет специфические черты, в качестве которых отмечаются следующие: соединение письменной и устной речи, использование транслитерации, применение параграфических и паралингвистических средств.

Синонимы в интернет-коммуникации имеют некоторые специфические черты. Они достаточно легко воспроизводятся коммуникантами, быстро вспоминаются, отличаются непродуманностью, доступностью, воспринимаемостью, популярностью, эффективностью воздействия, эмоциональной наполненностью, актуальностью, ориентированностью на английский язык и жаргонозависимостью. Выбор того или иного синонима участником общения обусловливается уровнем его образованности и начитанности, кругозором и мировосприятием, своеобразием личности реципиента, преследуемыми целями, спецификой ситуации взаимодействия. Обращение к личности как творцу и создателю синонимических вариантов, учет факторов, влияющих на переживание индивидом сходств и различий в ситуации «здесь и сейчас», в рамках которой человеком могут быть выстроены любые связи и цепочки, а слова осознаны как близкие или тождественные, позволяет нам утверждать, что в интернет-коммуникации функционирует *проективная синонимия*. Проективная синонимия обладает предметностью, которая для человека разворачивает целый модельный мир, объекты которого сенсорно эквивалентны объектам окружающего мира (А.А. Залевская). Это относится не только к объектам как таковым, но и к их свойствам и отношениям, что является, по нашему мнению, основополагающим для эвристического потенциала выделенного типа синонимии. Поэтому синонимические варианты в Сети не фиксированы, словарно не закреплены. Каждый новый коммуникант «творит» свою собственную синонимию. Проективная синонимия создается при непосредственном участии когнитивного опыта пользователя, который увязывает с

синонимами свои индивидуальные знания, данный опыт и ценностные ориентиры, закладывает смысл, передает желаемое содержание.

С опорой на концепцию «живого» знания А.А. Залевской и теорию проксиматики С.В. Лебедевой нами была построена следующая модель, в самом общем виде отражающая суть создания проективной синонимии.

Модель проективной синонимии



В реферируемой диссертации обосновывается положение о том, что проективные синонимы – это *особые единицы, осознаваемые пользователем в качестве близких по значению, в которые проецируются его индивидуальные особенности, когнитивный опыт и знания, зависящие от специфики ситуации интеракции, технического сопровождения коммуникации, внешних факторов, актуальные в ситуации «здесь и сейчас»*. В исследовании нами предлагается выделить два типа проективной синонимии: интерформы и интердескрипции.

Интерформы – это спонтанные синонимы, создаваемые пользователем в процессе общения, в ситуации «здесь и сейчас». Они появляются в сообщениях-репликах непосредственно в момент осуществления коммуникативного взаимодействия, в режиме реального

времени, на основании знаний и опыта. Интерформы отличаются непродуманностью и поверхностностью. Они функционируют на разных языковых уровнях и выступают как дублиеты, абсолютно тождественные вариантам, зафиксированным в словарях. Их появление обусловлено спецификой ситуации общения в Интернете, краткостью, быстротой набора реплик, техническим сопровождением процесса коммуникации, контекстом, гипертекстом, языком коммуникативного взаимодействия в Сети, целями коммуниканта. Например: *Ну как зайкИ нравится???? так **Фсе** ответы мне **Ф** коменты!!! Да завтра день **ваще** жесть просто!!! че делать не знаю!!!!. Блог создан для наших постоянных гостей тех кто с нами тусил и будет тусить, но к сажелению пропустивший **одно из Пати**. То выложи ее у себя в **дневе**. И после школы **тусим** за школой.. **Патамушта у мну мэйк ап труинее!!!!!!***

Интердескрипцию мы определяем как *осознанный синоним-маску, средство введения в заблуждение потенциальных собеседников и презентацию пользователем своей идентичности для других участников коммуникации*. Реципиент рисует образ собеседника по предлагаемому имени, по начальным словам его реплик, по стилю изложения, по поведенческому оформлению высказывания, которые характеризуют его индивидуальность. Интердескрипции продумываются участником общения, он рассматривает их варианты и выбирает из них наиболее приемлемый. Однако в процессе интеракции, при изменении настроения, ситуации общения, обстановки, в результате непредсказуемости реакции собеседников пользователь может изменить интердескрипцию, придумать ту, которая будет соответствовать его изменившимся ощущениям и целям. В основе создания интердескрипций лежит когнитивный опыт человека, имеющиеся знания, а также осознаваемое и переживаемое коммуникантом сходство создаваемого им нереального образа, предлагаемого другим участникам интернет-коммуникации в качестве маски, и реального имени, личностных особенностей этого индивида. На основании параметра «форма» мы выделяем ник и аватару в качестве вариантов интердескрипций.

Аватара – небольшое статичное или анимированное изображение, обычно не являющееся истинной фотографией пользователя, отражающее суть его личности и помогающее максимально правильно создать первое впечатление у собеседника, более полно выразить себя, настроение, внутренний мир. Это не просто «картинка», это сложная подвижная система разномодальных и многоуровневых компонентов, в которой вербальные и невербальные, осознаваемые и неосознаваемые детали синтезируются в единый виртуальный образ, созданный с разными целями.

Обычно целостный виртуальный образ создается не только аватарой, но и ником. Ник (прозвище, сетевое имя, псевдоним)

используется для идентификации человека, позволяет достичь нескольких целей: индивидуализироваться, представить себя и привлечь внимание других участников общения к своей персоне. Например: *I dance with Wolfs, rizhik, Молчун, khrapun, нежная, tatyana zvezda*. Ник является первичным коммуникативным представлением пользователя, на основании псевдонима всегда можно дать краткую характеристику его личности. Мы полагаем, что ники и аватары чрезвычайно чувствительны по отношению к социуму, культуре и личности. Являясь психическим феноменом, ники и аватары представляют собой субъективное переживание сравнения. Можно сделать вывод о том, что они создают в нашем сознании представление о человеке, данном предмете или явлении и могут проявиться в ситуации «для меня, здесь и сейчас».

Вторая глава «Эмпирическое исследование особенностей функционирования синонимов в интернет-коммуникации» посвящена детальному и разностороннему описанию интердескрипций. Проанализированный материал указывает на прослеживаемую зависимость изучаемого феномена от разных факторов, которые влияют на переживание сравнения, что приводит к построению в сознании (подсознании) человека разнообразных сценариев смыслового поля – специфически окрашенных синонимических проекций. Собранный корпус (317 ников) был распределен в рамках фактора «человек – социум – культура», в результате чего нами выделено десять типов синонимических проекций на основании вариативности информации, стоящей за ником. Так, мы видим проекцию имени и фамилии пользователя (в данном случае в образ проецируются персональные данные автора – его имя, отчество или фамилия). Например: *Русланчик, Olg@, Самурат Бекбаев, Alex17, potap86, Олег Никитин, В_О_В_Е_Ц, Ксюшонок, Настюшка, Вованище, Vova-83, Дарья Александровна*. Иногда присутствует проявление проекции типичных черт характера, особенностей внешности участника интернет-коммуникации (данный образ строится посредством применения ников-характеров, ников-внешностей). Например: *япростояпотомучтоэтой, [БРИТЫЙ] и [ЗЛОЙ], ЧЕРЕП, М@ЛыШеЧк@-К@н@пУшЕчК@, Милая ДеФФА4кО, искренняя*. Следует также отметить проекцию настроения коммуниканта в момент обдумывания и выбора ника (многообразие эмоций и переживаний, специфика мировосприятия и ощущений воздействуют на пользователя в момент обдумывания или создания ника, и это выражается в стоящем за ником художественно-когнитивном образе). Например: *[::Enjoy The Silence::], ГарриТоу, Грустная кошка, Счастливая, [freedom], Задумчивая Леди*. Отгалкиваясь от некоторого набора социально закрепленных понятий, индивид в процессе своего личностного развития добавляет к ним смысловые элементы, порожденные особенностями восприятия и познания мира, то есть «индивидуальный опыт мира» (О.С. Зубкова). Это

подтверждается проекцией профессиональной принадлежности, увлечений участника общения. Например: *LORD_of_GUITAR*, *Comissar*, *skripko*, *Танцующая во снах*, *Игрок*, *Гончар*, *Музыка*, *kataz*. Также создаются образы посредством привлечения знаний о различных мировых и общеизвестных событиях, вызвавших сильный общественный резонанс или прошедших совершенно незаметно. Иногда образы могут базироваться на никах, в которых используются имена знаменитых героев – реальных или сказочных, прослеживаются названия выдающихся изобретений, произведений культуры: живописных, архитектурных и др., так или иначе оставивших след в мировой истории и культуре. Например: *Фея*, *Поночка*, *Amadei*, *GORINICH*, *Змей Горыныч*, *ШишкиГамми*, *Ertnak*. Некоторые проекции показывают отношение пользователя к природе. Художественно-когнитивные образы данной группы оформляются посредством «биологических» ников: названий животных, растений, описаний или проявлений различных природных явлений, стихий, географических компонентов. Авторы находят похожие черты характера в разных природных формах, ассоциируют свою личность с какими-то воплощениями окружающего животного и растительного мира. Например: *Doberman*, *Shadow*, *Snow*, *FleUr_Paradise*, *WinterFlame*, *BEAST*, *КопуЦа*, *Ромашка*. Встречается также проекция географического названия места, значимого или интересного пользователю. В данную группу мы условно объединяем образы по географическому признаку, местоположению – реальному или желаемому, по национальной принадлежности. Например: *HOLLANDER*, *Румын*, *Tatarr*, *Dresden*. Проекция религиозных предпочтений пользователя отражает систему привычек и оценок, сложившуюся в социуме и непосредственно воздействующую на участника коммуникации. В образы данной группы проецируется осознаваемая пользователем информация о светлых и темных силах, предметах разных культов, представителях института религии, атрибутах жизни земной или небесной. Например: *priest*, *Putnik_Ada*, *СВЯТОЙ АНГЕЛ*, *Я не ангел*, *AnGeLo4eK14*, *Armagedon2008*, *Black Arhangel*, *искуситель*, *Kain*, *Грешница*. Ник также выступает как средство выхода на определенную ситуацию через проекцию детальных особенностей любых сфер деятельности, известных или предпочитаемых пользователем (в образы данной группы спроецированы глубокие детальные познания пользователя – автора ника – в той или иной области знаний). Например: *Ksard*, *TeMaRi*, *Bazooka*, *Schrodinger Cat*, *QWERTY*.

На основании виртуального имени всегда можно описать личностные особенности автора, спроецированные в стоящий за ником художественно-когнитивный образ. Часто одним из критериев обращения к той или иной группе образов становится эмоциональное состояние пользователя в момент общения в целом и создания ника в частности. Ники и скрывающиеся за ними образы – это выразительные

(положительные или отрицательные) персонажи-отождествления. В зависимости от эмоциональной насыщенности и вложенного автором смысла все ники и стоящие за ними образы мы разделяем на позитивно и негативно окрашенные. В позитивно окрашенные образы спроецированы положительные личностные характеристики и черты характера, а также хорошее настроение, прекрасный внешний вид и т.п. (Например: *kukolka*, *нежная*, *Жемчужина*, *Счастливая*, *Пушистая*). Негативно окрашенные образы содержат проекции отрицательных характеристик личности: качества, характер, недостатки внешности, негативные настроения и т.д. (Например: *BaLBeS*, *Маньяковский*, *Paranoia Doll*, *Симпсон*, *dpRнь*, *Alkogolik*).

Следующий этап нашего исследования – словарное и индивидуальное моделирование синонимических проекций с последующим сопоставлением полученных результатов. Словарное моделирование проводилось с использованием различных словарей. Для осуществления индивидуального моделирования были привлечены испытуемые в количестве 150 человек (далее – ии.), которым было предложено дать определение псевдониму пользователя, участвовавшего в интернет-коммуникации. Нами было выдвинуто предположение о том, что ии., подобно автору ника, «примеряют» ник на себя, оценивают информацию, пропускают ее через многообразную сеть личностных особенностей, осознают сходство и различия и с помощью этого строят модель личности автора, создавшего ник. Для проведения эксперимента было выбрано 30 ников из групп образов, выделенных нами, и составлено 30 словарных моделей, а также получено 4500 реакций ии. на предложенные ники. Приведем некоторые результаты, полученные нами (в таблицах цифрами обозначено количество реакций, полученных от ии. на конкретный ник).

Smile, *SmIlе*GirLa*, *СМАЙЛ*. В стоящем за такими никами художественно-когнитивном образе закреплены тончайшие смысловые проекции характера коммуниканта. Они переданы английским словом «smile», которое переводится как «улыбка, благоволение». Улыбку Д.Н. Ушаков определяет как «мимику лица, губ или глаз, показывающую расположение к смеху или выражающую привет, удовольствие либо иронию, насмешку». Таким образом, закрепленная в художественно-когнитивном образе проекция особенности автора – улыбкивости – может свидетельствовать о его добродушии, открытости либо об ироничном характере, привычке насмехаться или потешаться над кем-либо или чем-либо. Сравним предложенную выше информацию из словарей с реакциями ии.

<i>веселый 44</i>
<i>улыбчивый человек, улыбка, улыбающаяся 36</i>
<i>жизнерадостный человек 9</i>

<i>грустная девица 1</i>
<i>любитель смайликов 1</i>
<i>наркоман 1</i>
<i>скромная 1</i>

Участники эксперимента при восприятии ника выделили такие характеристики автора, как веселость, улыбчивость. Данные определения базируются на переводе ника с английского языка и отражают основные качества характера, присущие человеку с улыбкой на лице. На основании собственного когнитивного опыта и знаний ии. предполагают, что обладателем ника может быть наркоман, член интернет-сообщества, любящий смайлики, и даже «грустная девица» или «скромная». Варианты, предложенные участниками эксперимента, базируются на их собственном индивидуальном восприятии ника на основании личностных особенностей, поэтому они намного шире и разнообразнее, чем словарные.

NESMEYANA. Стоящий за ником художественно-когнитивный образ, вероятно, направляет воображение воспринимающего его человека к героине известной волшебной сказки – Царевне Несмеяне, которую нужно было рассмешить. Сюжет о ней восходит к мифам о богине плодородия. Русская сказка сохраняет в трансформированном виде элементы представлений и обрядов, связанных с древним ритуальным смехом. Поэтому вполне логично, что часто так называют грустную, излишне серьезную девушку.

Мы получили следующие реакции на данный ник.

<i>в душе грустная, депрессивная девушка, обиженная, пессимистка, всегда плачет 42</i>
<i>царевна из сказки 24</i>
<i>совсем не Несмеяна, кокетничает, хочет привлечь внимание 24</i>
<i>серьезная 18</i>
<i>не смеющаяся Яна, не улыбающаяся 15</i>
<i>капризная 1</i>
<i>трезвенник 1</i>

Таким образом, участники эксперимента сходятся во мнении, что этот ник принадлежит серьезной девушке, может быть обиженной кем-то или находящейся в депрессии, как героиня сказки. Необходимо заметить, что 24 ии. строят модель личности девушки как «совсем не Несмеяна»; другие ии. считают, что данным ником она хочет обратить на себя внимание, призывает к общению.

Saint. Ник создан на английском языке и переводится как «святой». Данное слово в религиозной традиции означает «обладающий абсолютным совершенством и чистотой, божественный, праведный, непорочный» (Д.Н. Ушаков). Стоящий за ником художественно-когнитивный образ имеет проекции – автор стремится представить себя с положительной стороны, претендуя на божественную чистоту и безгрешность.

Проследим реакции испытуемых на данный ник.

<i>«святоша», далеко не святой, божий одуванчик, на самом деле это не так 35</i>
<i>отсутствие реакции 27</i>
<i>святой 25</i>
<i>хороший, светлый, добрый человек 12</i>
<i>человек, ограничивающий себя в чем-то 1</i>
<i>Petersburg 1</i>

Бледный Бармен. Данный ник отсылает реципиента к образу работника сферы обслуживания в кафе и ресторанах – бармену. Бармен – человек, находящийся за барной стойкой и занимающийся приготовлением напитков и коктейлей. Ник содержит указание на то, что бармен – бледный, как проекцию возможной непростой окружающей обстановки либо некой причины нездоровья.

Выделим реакции ии. на данный ник.

<i>любящий выпить, алкоголик, злоупотребляющий спиртным 35</i>
<i>уставший, много работает, тяжелая работа, потому и бледный 28</i>
<i>худой 4</i>
<i>неудачник, мало достиг в жизни 4</i>
<i>комикс 1</i>
<i>с воображением, нестандартным мышлением 1</i>
<i>у него выпили кровь 1</i>
<i>философ 1</i>

Таким образом, в реакциях ии. отчетливо проявилось отношение к деятельности бармена, взгляды ии. на нее. Большинство ии. восприняли ник как описание человека, любящего выпить, а другие, обратив внимание на бледность бармена, предположили, что он устал, так как очень много работает. Участники эксперимента сочувствуют и злорадствуют, но постоянно демонстрируют субъективное осознание и переживание сходства.

Итак, на основании проведенного эксперимента мы сделали следующие выводы: ник как вид проективной синонимии тождественен личности пользователя. Он актуализирует переживание индивидом готовности оперировать совокупностью продуктов предшествующего разностороннего опыта, закрепленной за синонимической формой как средством доступа к единой информационной базе человека. С помощью ника можно описать черты характера его автора, судить о возможных особенностях его мировоззрения и взглядах. Как показали реакции ии., псевдоним может содержать информацию, противоположную его значению, лежащему на поверхности. Человек, вероятно, использует ник для того, чтобы выставить на всеобщее обозрение или, наоборот, скрыть

личностные характеристики, актуальные для него в ситуации «здесь и сейчас», попытаться замаскировать свои истинные стремления и цели, представить себя так, как хочется, а не таким, какой есть на самом деле, манипулировать мнением о себе. На основе личностного, «живого» переживания воспринятой информации, осознавая сходство в ситуации «здесь и сейчас», при проекции своих личностных особенностей в созданный образ у участника общения возникает «приятие-неприятие» воспринимаемого виртуального имени. Следует отметить, что в словаре, как обобщенном коллективном знании о каком-либо явлении, можно найти полное или частичное толкование псевдонимов пользователей. Но данные определения не содержат всего многообразия индивидуальных знаний, когнитивного опыта, особенностей восприятия, которые проявлялись в реакциях ии. В Интернете только взаимодействие «живых», «чувствующих» личностей в совокупности их индивидуальных особенностей, в ситуации «здесь и сейчас» обменивающихся информацией, заложенной в никах, может способствовать их полному взаимопониманию и успешности коммуникации.

Второе экспериментальное исследование посвящено выявлению сходства между интердескрипциями. Исследование базируется на предположении о том, что для полноты описания своего образа пользователь часто прибегает к использованию двух видов интердескрипций одновременно – ника и аватары. Мы акцентируем внимание на том, что такая синонимия характерна для интернет-коммуникации, разные знаки синонимичны на основании отнесения их к одному и тому же референту. Однако образ, созданный человеком как синоним личности, при восприятии другими участниками коммуникации может приобретать новые оттенки содержания. Вслед за Б.М. Гаспаровым мы полагаем, что образ, который вызывает в представлении говорящего субъекта то или иное выражение, отражает индивидуальный жизненный опыт и уникальные перцептивные способности именно этой личности никогда не тождественен образу, который это же выражение вызовет в сознании любого другого говорящего субъекта, то есть образ субъективен по своей природе (Б.М. Гаспаров). Заметим, что почти любое сообщение вообще редко бывает однозначно интерпретируемым, использование же для сообщения несвойственного порождающей его системе кода (в нашем случае рисунка и текста) делает неожиданные для автора интерпретации еще более возможными (О.С. Зубкова). Мы выбрали 30 соответствий одного ника одной аватаре, предложенные пользователями – их авторами, и попросили 152 ии. найти данные соответствия в предложенном перечне ников и аватар. Приведем некоторые полученные результаты.



Пользователь предложил для данной аватары ник «Бромбензол».

Ии.: аватара – ник Бромбензол – 113 реакций,
аватара – ник Ша Ман – 12 реакций.

В данном случае подавляющее количество ии. поддержало соответствие ника и аватары, предложенное пользователем. Наличие химической формулы в аватаре облегчает восприятие картинка и способствует ее отнесению к нику *Бромбензол*.



Пользователь предложил для данной аватары ник «сладкоеДка».

Ии.: аватара – ник сладкоеДка – 141 реакция,
аватара – ник Котенок – 7 реакций.

Необходимо отметить, что семь человек из 152 участников эксперимента были едины во мнении и отнесли данную аватару к нику *Котенок*. Совпадение соответствия аватары и ника *СладкоеДка* в представлении пользователя и в реакциях ии. может быть объяснено тем, что аватара, изображающая конфетку, подносимую ко рту, вероятно, напоминает о человеке, любящем все сладкое – сладкоежке.



Пользователь предложил для данной аватары ник ☺•°•P@dOcTn@Я BeCnE •°•☺.

Ии.: аватара – ник ☺•°•P@dOcTn@Я BeCnE •°•☺ – 129 реакций,
аватара – ник БЛОНДИНКА – 13 реакций.

На аватаре на фоне цветов и весенней зелени представлена девушка со светлыми волосами, милой улыбкой. В зависимости от приоритетов, которые каждый участник эксперимента расставил на основании личностных особенностей, 127 реакций относились к соответствию

аватары нику ☉•°•P@dOcTn@Я BeCнE •°•☉, 13 реакций – нику БЛОНДИНКА.



Пользователь предложил для данной аватары ник «Бродяга О.А.».

Ии: отсутствие реакции – 35,
аватара – ник Сорвавшийся с небес – 34 реакции,
аватара – ник loneliness (Одиночество) – 22 реакции,
аватара – ник Странник – 20 реакций,
аватара – ник Пилигрим – 14 реакций,
аватара – ник Бука – 7 реакций,
аватара – ник TheWatcher (Наблюдатель) – 5 реакций,
аватара – ник Dark Soul (Темная душа) – 3 реакции,
аватара – ник Бродяга О. А. – 3 реакции.

Таким образом, 35 ии. не смогли предложить какой-либо вариант ника. 34 ии. решили, что данной аватаре соответствует ник *Сорвавшийся с небес*. Вероятно, представленный на картинке одинокий единорог на фоне бескрайнего простора, белых облаков (или дыма) и заходящего солнца оставляет ощущение разбитых надежд и пустоты после неземного парения и полета. Единорог – это многозначный символ различных культурных традиций. В древнейших источниках он представляется олицетворением чистой силы. В китайской культуре это символ изобилия и долголетия. В христианстве – это символ девственной чистоты, а в переводах Ветхого Завета – это олицетворение ярости, лютый зверь (Энциклопедия символов, знаков, эмблем). Таким образом, возможно, при восприятии аватары у ии. создается ощущение чего-то неземного, чистого, но потерянного, что способствует соотнесению данной аватары с упомянутым ником *Сорвавшийся с небес*. Соответствие аватары никам *loneliness*, *Странник*, *Пилигрим*, *Бродяга О.А.* предложили многие ии. Данные ники в какой-то степени близки в значениях, так как говорят о человеке – одиноком страннике, путешествующем по безграничным просторам Вселенной. Обращение внимания на деталь аватары – большой глаз единорога – при индивидуальном восприятии и переживании информации с картинки приводит пятерых ии. к построению соответствия аватары нику *TheWatcher*. Интересно, что трое участников эксперимента предположили, что синонимом аватары является ник *Dark Soul*. Вероятно, единорог вызвал ощущение недоброго и темного существа. Полученные данные подтверждают ставший сегодня аксиомой постулат о том, что любое

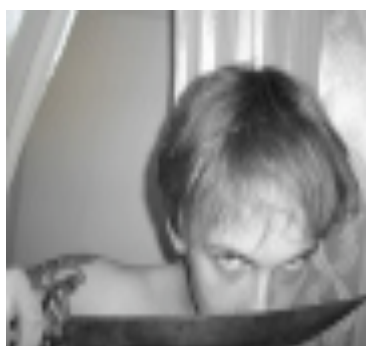
творение человека – будь то слово или произведение искусства – является результатом, продуктом разностороннего перцептивно-когнитивно-аффективного опыта индивида (А.А. Залевская).



Пользователь предложил для данной аватары ник «Бука».

Ии.: аватара – ник Котенок – 109 реакций,
аватара – ник Wild cat (Дикая кошка) – 17 реакций,
аватара – ник Katie Black-&-White (Катя: черное и белое) –
15 реакций,
отсутствие реакции – 7,
аватара – ник Бука – 1 реакция.

Аватара, оформленная в черно-белых тонах, представляет собой изображение черной кошки на фоне белых облаков и домов. Сочетание аватары и ника *Бука*, предложенное пользователем как синонимичное, не было осознано при восприятии ии. и получило лишь одну реакцию. Большинство голосов отдано нику *Котенок*, что выглядит логичным, поскольку в аватаре явно делается акцент на этом животном. Поэтому, возможно, получено 17 откликов на соответствие данной картинке и ника *Wild cat*. Сочетание черного и белого фона на аватаре обосновывает 15 реакций на соответствие нику *Katie Black-&-White*. Семь ии. не продемонстрировали соответствия предложенной картинке какому-нибудь нику из списка.



Пользователь предложил для данной аватары ник «Dark Soul».

Ии.: аватара – ник Бука – 61 реакция,
аватара – ник TheWatcher – 29 реакций,
отсутствие реакции – 21,
аватара – ник Бродяга О. А. – 16 реакций,
аватара – ник Maestro – 8 реакций,
аватара – ник Странник Черный – 5 реакций,

аватара – ник Сорвавшийся с небес – 5 реакций,
аватара – ник Loneliness – 4 реакции,
аватара – ник Странник – 1 реакция,
аватара – ник Пилигрим – 1 реакция,
аватара – ник Ша Man – 1 реакция.

В данном случае мы столкнулись с тем, что испытуемые не отметили соответствие ника и аватары, которое предложил пользователь. Можно сделать вывод, что данная аватара при восприятии и наложении личностных особенностей, привлечении имеющихся знаний и когнитивного опыта не осознается ии. как синонимичная нику *Dark Soul*. Большинство ии. предположили вариант соответствия данной аватары нику *Бука*, что, вероятно, связано с изображением (злой взгляд человека и серый мрачный фон). Ии., которые, очевидно, заметили и восприняли взгляд человека с картинки, выбрали соответствие нику *The Watcher*. Важно отметить, что 21 участник эксперимента из 152 ии. никак не отреагировал на данную аватару и не нашел ей соответствующего ника. Некоторые ии. предложили соответствие представленной аватары никам, связанным с тематикой путешествия, странничества: *Бродяга О. А.*, *Странник Черный*, *Странник*, *Пилигрим*. Пустой, отталкивающий взгляд навевает нескольким ии. соответствия никам *Сорвавшийся с небес* и *Loneliness*. Восемь человек увидели в данной аватаре соотношение с ником *Maestro*).

В качестве оснований для синонимизации мы посчитали возможным выделить следующие: однозначность трактовки, минимализм изображенного на аватаре, строгость и понятность рисунка.

Таким образом, наши предположения о том, что характер и особенности синонимии в интернет-коммуникации будут определяться спецификой контекста и художественными образами, намеренно создаваемыми и специально фиксируемыми пользователями – участниками коммуникации, подтвердились. Синонимия актуализирует переживание индивидом готовности оперировать совокупностью продуктов предшествующего разностороннего опыта, закрепленной за синонимической формой как средством доступа к единой информационной базе человека.

Каждая глава диссертации заканчивается выводами. Текст работы сопровождается схемами и таблицами.

В **заключении** обобщаются результаты диссертационной работы, намечаются основные перспективы дальнейшего исследования.

Список работ, опубликованных по теме диссертации:

Публикации в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК:

1. *Чепель (Флерчук) Ю.В.* Вербальные средства самопрезентации личности в интернет-коммуникации [Текст] / Ю.В. Чепель // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена. №12 (85): Общественные и гуманитарные науки (философия, история, социология, политология, культурология, искусствоведение, языкознание, литературоведение, экономика, право): Научный журнал. – СПб., 2008. – 384 с. – С. 267–271.
2. *Чепель Ю.В.* Ник как художественно-когнитивный образ в интернет-коммуникации [Текст] / Ю.В. Чепель // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. Научный журнал. Серия Филология. №5 (19). – 2008. – С. 56–61.

Статьи в других изданиях:

3. *Флерчук Ю.В.* Специфика синонимизации в контексте гипертекста [Текст] / Ю.В. Флерчук // Теория языка и межкультурная коммуникация: межвузовский сборник научных трудов / Под ред. Т.Ю. Сазоновой; Курск. гос. ун-т. – Курск: КГУ, 2007. – 119 с. – С. 101–106.
4. *Флерчук Ю.В.* Особенности процесса синонимизации в сфере интернет-коммуникации [Текст] / Ю.В. Флерчук // Лингвистические основы межкультурной коммуникации: Сборник материалов международной научной конференции. Нижний Новгород, 20–21 сентября 2007 г. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2007. – 364 с. – С. 317–321.
5. *Флерчук Ю.В.* Функционирование синонимов в электронном дискурсе [Текст] / Ю.В. Флерчук // Текст. Дискурс. Жанр: Материалы Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием. Балашов, 20–21 сентября 2007 г. – Балашов: Николаев, 2007. – 280 с. – С. 213–216.
6. *Флерчук Ю.В.* Варианты функционирования синонимов в блогах [Текст] / Ю.В. Флерчук // Сборник материалов Всероссийской научно-практической электронной конференции с международным участием «Язык. Коммуникация. Культура». Курск, 21–28 января 2008 г.. – Курск: КГМУ, 2008. – 517 с. – С. 250–254.
7. *Флерчук Ю.В.* Обзор книги Д. Кристала «Язык и Интернет» (David Crystal. Language and Internet. – USA, NY: Cambridge University Press, 2006) [Текст] / Ю.В. Флерчук // Общетеоретические и практические проблемы языкознания и литературоведения: Материалы Международной научно-практической конференции «Общетеоретические и практические проблемы языкознания и лингводидактики». Екатеринбург, 24–25 апреля 2008 г. – Екатеринбург: Рос. гос. проф.-пед. ун-т, 2008. – 309 с. – С. 264–

269.

8. *Флерчук Ю.В.* Синонимия в Интернете: описание и основные характеристики [Текст] / Ю.В. Флерчук // Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы теории и методологии науки о языке», СПб, 24–25 мая 2008 г. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2008. – 272 с. – С. 136–140.

9. *Чепель (Флерчук) Ю.В.* Виды синонимов, функционирующих в интернет-коммуникации [Текст] / Ю.В. Чепель // Русская речь в современном вузе: Материалы Пятой международной научно-практической интернет-конференции /Отв. ред. д.п.н., проф. Б.Г. Бобылев. 20 ноября 2008 г. – 20 января 2009 г., Орел. – Орел: ОрелГТУ, 2009. – 263 с. – С. 86–89.

Чепель Юлия Владимировна

Специфика синонимии в интернет-коммуникации

Автореферат

Подписано в печать ____ сентября 2009 г.
Формат 60×84/16. Печать офсетная. Бумага офсетная.
Лицензия №
Тираж 100. Заказ №

Отпечатано: ПБОИЛ Киселёва О.В.
ОГРН 304463202600213

