

УДК 81.139

В.И. БОРТНИКОВ,
*аспирант кафедры риторики и стилистики русского языка
Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
(г. Екатеринбург, Российская Федерация)*

РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ СМС-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ И ПРОБЛЕМА ФАСЦИНАЦИИ¹

Языковая личность, определяемая как совокупность языковых выражений индивида, представляет собой феномен, необходимый современному антропоцентрическому направлению лингвистики. Репрезентацией языковой личности служит речевой портрет, выстраиваемый особенно ярко на основе авторских текстов: художественных сочинений, писем, дневников. К таким ярко индивидуальным речевым проявлениям относятся и СМС-сообщения с ярко выраженным фасцинирующим типом рецепции, послужившие в данной статье обширным материалом для построения портрета конкретного пользователя (АМ).

Ключевые слова: лингвистический анализ, речевой портрет, СМС, сообщение, текст, фасцинация, языковая личность.

К юбилею А.М.

Текст является наиболее сложным объектом лингвистического анализа не только по причине многоакурсной, поликатегориальной организации, но и из-за того, что лингвистика текста, развиваясь, привлекает для рассмотрения самые разные текстообразные «производные»: переводы, школьные сочинения, объявления, таблички, дефектные тексты и др. По Ю.Н. Караулову, «с расширением опыта в сферу анализа вовлекаются пограничные с традиционно принятыми явления» [7, с. 11]. К таким явлениям в пределах объекта лингвистики текста можно отнести, по-видимому, и тексты, важнейший фактор возникновения которых – развитие телекоммуникационных сетей [8, с. 155]: блоги и электронные дневники, гипертексты Интернет-сайтов (в частности, социальных сетей), цифровые коды. Особенно привлекательными для анализа нам представляются СМС – текстовые сообщения, посредством которых осуществляется письменное общение по мобильной связи.

Типологические черты текстов СМС определяются соответственно логике И.Н. Боровой [3, с. 56–58]. Эти тексты нельзя назвать публичными, поскольку мобильный телефон есть индивидуальное средство общения. Каждое сообщение в СМС-переписке является подготовленным (неспонтанным), однако подготовленным только частично, поскольку пришедшее сообщение зачастую требует немедленного ответа и воспринимается «фасцинирующе», т. е. интуитивно и целостно, без углубления в конкретику детали [6, с. 13]. Сообщение может выполнять функции типа выяснения информации, организации совместной деятельности, выработки решения, праздного времяпрепровождения и, как следствие, относиться к разным речевым жанрам. Таким образом, любой набор СМС-текстов в принципе определяется как принадлежащий личной сфере, непубличный, частично подготовленный (заранее организованный), многофункциональный и полижанровый.

¹Исследование проведено при финансовой поддержке РГНФ (проект «Прагматические и лингвокультурологические константы неформального русского общения», соглашение № 14-04-00398).

Анализ «эсмэсок» сложен, кроме того, потому, что их набор может составлять переписка, постоянно перемежающаяся между монологом, диалогом и полилогом. Поэтому для рассмотрения намеренно выбраны материалы СМС-дневника, отражающего только «входящие» сообщения (наши «исходящие» ответы не сохранены и к анализу не привлечены) от одного абонента – АМ, аспирантки филологического факультета УрФУ (Екатеринбург). Исследуемая переписка велась с конца января по конец октября 2013 г. и составляет около 2700 сообщений (в среднем 300 СМС в месяц). Мы предполагаем, что на основании данной достаточно репрезентативной выборки можно описать речевой портрет их автора.

Сообщения АМ проникнуты расположением к адресату – это видно и без специального анализа:

№ 199: *да, оплачиваеццо как перероботко) спокы, Владик) пиши, а то я зачакну над компом без живого слова) удач) z-z-z))))* (15.02., 22:54)

№ 497: *доехал беларусски зайчик?* (04.04., 22:50)

№ 1451: *еду, превед) и те хорошей семидневки, венчающейся вылетом)* (15.07., 08:22)

Согласно «Толковому словарю» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, «расположение к кому-н.», а также «проникнутость симпатией» определяют понятие «дружелюбие» [15, с. 181]. Интерес к языковой личности (ЯЛ), отображаемой приведенными в качестве примеров сообщениями, объясняется не только проявляемым дружелюбием, но и отчасти игрой с правописанием. «Маскировка» под характерные для языка интернет-коммуникации, для «албанского, или падонского письма» [13, с. 493], особенности орфографии (*оплачиваеццо, перероботко, превед*) отчасти обусловлена дружелюбным настроем: адресату, филологически компетентному (как и сам адресант), предложено «разгадать» неверно записанное слово и таким образом самому «поиграть в ошибки» по модели (ср. *оплачиваеццо* в № 199 – *крючиццо* в № 943 – *придеццо* в № 2169 и т. п.). Текст становится эмпатическим, т. е. обретает свойство фасцинации [6, с. 13–15]: дружелюбие как аспект ЯЛ оказывается заложено в самых разных составляющих текста; вскрыть их теоретически возможно предложенным Ю.Н. Карауловым «методологическим “ножом”» [7, с. 8] анализа языковой личности – через уровни вербально-семантический, лингвокогнитивный и прагматический (ср., например, схожее выделение индивидуально-речевого, когнитивного, коммуникативного уровней в диссертации О.И. Асташовой [1; 2]).

Вербально-семантический уровень описывается по Ю.Н. Караулову через индивидуальный лексикон и грамматикон. СМС-текст АМ, как, вероятно, и многих пользователей, обладающих умением мгновенно переключаться между речевыми регистрами², можно описать как чрезвычайно разнообразный, однако лежащий в целом в границах литературного языка и комбинирующий все его разновидности. Филологическая компетенция позволяет АМ сочетать маркеры многих стилей даже в пределах одного сообщения: *площадь обороны гыгыгы:-Д кто из вас антиресно бу держать оборону))) просто она самая уютная и психокомфортная с видом на сталинку)* (№ 534, 09.04., 11:00) Образования типа *гыгыгы, ууууу, дыдыды, аааааа* отнесем к идиоматическим маркерам эмоций (прагматический уровень в логике Ю.Н. Караулова [7]).

Словообразовательная специфика лексикона сообщений определяется важной технической чертой СМС-текста – стремлением к краткости, связанной и с необходимой для ответа скоростью, и с ограниченностью оплачиваемого бланка. Этим обусловлен как набор апокоп (*бу = будет, буш / бушь = будешь; не на мя про = не надо меня провожать*), синкоп (*чла = читала, Инет = Интернет, мона = можно*) в часто употребляемых словах и фразах, так и ряд окказиональных словосложений (*психокомфортная, самоличност, конец раб-дня*), аббревиаций (*ек, ов, тю* – сокращения по именам-отчествам, т. е. инициалы, обозначающие общих знакомых). Своего рода окказиональным удвоением является *бобо* в значении «болит» (№ 1020: *башка бобо*; № 1441: *голова бобо*), вносящее в дружелюбие оттенок детской речи (ср. *бо-бо*, например, в [17, с. 107]), «детскости», а значит, интимизирующее, фасцинирующее переписку.

²См. пример такого портрета в [14, с. 166–178].

вого произведения из требующего информативного восприятия в произведение, требующее восприятия *фасцинативного* [6, с. 15].

Языковая личность АМ описывается, скорее, как сильная, яркая, открытая, жизнерадостная (это совпадает и с характеристикой адресанта как человека, с характеристикой ее жизненной установки), что доказывается многочисленными примерами на вербально-семантическом и лингвокогнитивном уровнях.

Уровень прагматический при описании ЯЛ определяется наличием в тексте оценочных единиц [7], т. е. сигналов отношения автора к изображаемому. Это сигналы текстообразующей категории субъективной модальности [10, с. 108], или тональности, репрезентации которой содержательно связаны с психологическим самораскрытием автора [11, с. 210]. Тональность является полевой категорией [12], т. е. ее маркеры образуют в совокупности структуру, позволяющую на основании частотного и позиционного критериев выделить ядро и периферию [11, с. 212–213].

Объективность при частотном анализе 2700 сообщений была обеспечена выборкой сообщений, содержащих в сумме 100 лексических единиц⁴; случайность каждого СМС-текста поддерживается логикой выбора по номерам в виде арифметической прогрессии вида $A_1 + 300$ (каждое трехсотое сообщение) с начальным членом $A_1 = 112$ ⁵. Таким образом, вероятностные данные, представленные ниже, основываются на сообщениях №№ 112, 412, 712, 1012, ..., 2512 (всего девять, соответственно идее взять каждое 112-е сообщение из каждой «трехсотки», каковых всего 2700: $300 = 9$), отправленных примерно по разу в каждом месяце.

Из 100 единиц выборки 24 слова морфологически относятся к служебным частям речи; из остальных 76 безусловно положительными эмотивами следует признать 28 единиц (36,9 %), а безусловно отрицательных не найдено ни одного. Выделенная доля могла бы показаться не такой значительной, если бы мы не отметили, что в число остальных 46 единиц входят:

- обращения *ты, ты* (сокр. от *тебя*);
- окказиональные словообразовательные модификации, придающие той или иной форме вид благозвучный, в некоторой степени ласковый (*пешкома* вместо *пешком*; *подходя* вместо *подхожу*; уже упомянутое *котэ*; *вяхохли* вместо *высохли* – опечатка?), нередко также преследующие цель краткости и приобретающие формы первых детских высказываний – «голофраз» [17, с. 96]: *бу, мя, ма* (= *мама*), *ещ, чо*;
- единицы, сами по себе эмотивно нейтральные, однако имеющие наведенную контекстными партнерами [16, с. 33] положительную окраску: № 2212 *ма принесла вкуснейший яблочный пирог* – все единицы, от субъекта *мама* до объекта *пирог*, оказываются в зоне положительной оценки за счет единицы *вкуснейший* – признакового слова в превосходной степени, т.е. выражающего признак в наивысшей степени, – а также сокращения *ма*.

При структурировании поля тональности СМС-сообщений перечисленные примеры составят дальнейшую периферию, исчислить которую в процентном отношении было бы верным даже с результатом $100 - 36,9 = 63,1$ % (все 46 единиц так или иначе оказываются погружены в положительное окружение). На уровне выражения эмоций, таким образом, дружелюбие АМ задает абсолютную, стопроцентно положительную, тональность.

В лексическом аспекте выделенные эмотивы (всего, напомним, их 28) почти всегда имеют сему «положительной оценки», выражаемую корневой морфемой (*прэкрасно*⁶, *как*) *здорово, вкуснейший, удачного* (дня); *не мучь* – отрицание отрицательного задает положительное). Приведенные 5 единиц составляют ядро рассматриваемого поля; уже по их списку видно, насколько сильно за ними закреплены контекстные партнеры: *удачного дня, детей не мучь*. Эти формульные пожелания следует, вероятно, рассматривать без разрыва

⁴Об объективности вероятностных подходов при категориальном анализе текста см. [Бортников 2012: 19–21].

⁵Первое сообщение первого числа первого полного месяца, когда велась переписка – февраль 2013 г.

⁶На положительность рецепции влияет и модификация написания.

на составляющие их лексемы; тем самым *день, дети, пирог* вместе с остальным сообщением «втягиваются» в поле тональности, в состав его периферии.

В околядерную, или приядерную, зону помещаются единицы, в которых положительная тональность задается словообразовательными аффиксами, но которые при этом не представляют собой окказиональных модификаций существующих словоформ: *одинарке, желтенькой, дождика*, (на) *велике* и др. Особо следует оговорить форму *у сельсика* (№ 1912) в значении «у магазина «Сельский»»: образованная по аналогии с *велик, телик*, она едва ли зафиксирована даже в существующих материалах по уральскому городскому просторечию (см., например, [18]), хотя и вероятно как редкое проявление, так сказать, просторечия районного, отличающего жителей района Семи ключей (в частности ул. Технической и Матросской, на перекрестке которых располагается номинируемый объект).

Рассматриваемые СМС-тексты содержат также репрезентации категории тональности, которые имеют знаковую природу, но единицами языка не являются. Это так называемые «смайлики» [19, с. 321; 13 и др.]. В текстах, попавших в выборку, зафиксировано три таких «графических выражения» положительных эмоций:

) – означает «улыбка» (9 раз на 100 слов);

))) – предназначено усилить, утроить улыбку (2 раза на 100 слов);

:-D – «рот до ушей» [19, с. 321] (1 раз).

Важно, что в текстах АМ «смайлик» всякий раз завершает собой синтагму, по сути заменяя собой знак препинания (либо являясь дополнением к «невыразительной точке» или «строгому знаку вопроса»):

№ 112 (1.02., 11:21): *это прэкрасно, что мой кандидатский – цель жизни:-D тока седн хладно!!! надо бу идти быстро! буду у главпочты в 17!*

№ 2212 (10.09., 20:51): *на чо намекаш?))) ма принесла вкуснейший яблочный пирог, ты б его съел, наверное, с тарелкой)))*

АМ не только очень четко ощущает границу между синтагмами, но и чрезвычайно внимательна при расстановке эмотивов. Так, например, в выборку не попало ни одного текста, где было бы использовано одновременно два разных «смайлика» с похожим значением (например, одна и три круглые скобки). Четкая постановка символа-эмотива делает его соотносенным со всей синтагмой, а в конце всего сообщения – со всем СМС. В результате целый текст сообщения оформляется как положительное, безусловно помещенное в зону дружелюбия.

Таким образом, речевое портретирование через анализ СМС-текстов дает значительные выводы о языковой личности автора этих текстов. Вербально-семантический, лингвокогнитивный и прагматический уровни поддерживают гипотезу о том, что АМ – человек исключительно дружелюбный. Но «личность бесконечна, поэтому описание и осмысление большого и содержательного материала ставит едва ли не больше проблем, <...> чем дает конкретных ответов» [9, с. 173]. Возникают и требуют ответа в дальнейшем вопросы об измерении категории тональности (и фасцинативности как «дружелюбной тональности») в СМС-тексте, а также о доказательстве того, как влияет на создаваемое речевое произведение филологически компетентная личность, – каковую представляет собой, без сомнения, АМ.

Список использованных источников

1. Асташова О.И. Речевой портрет политика как динамический феномен: автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.И. Асташева. – Екатеринбург: [б. и.], 2013. – 23 с.
2. Асташова О.И. Речевой портрет политика как динамический феномен: дис. ... канд. филол. наук / О.И. Асташева. – Екатеринбург: [б. и.], 2013. – 247 с.
3. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог / И.Н. Борисова. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2001. – 246 с.
4. Бортников В.И. Категориальная идентификация варианта художественного текста: применение технологии контент-анализа к тематической цепочке в переводе «Потерянного Рая» 1777 г. / В.И. Бортников. – Saarbrücken: AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG. – 154, [8] с.

5. Грибоедов А. Горь от ума / А. Грибоедов // А. Грибоедов, А. Сухово-Кобылин, А. Островский. Пьесы. – М.: Художественная литература, 1974. – 832 с.
6. Карасик В.И. Языковая матрица культуры / В.И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2012. – 448 с.
7. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 263 с.
8. Коретникова Л.И. Контаминация языков в компьютерно-медийном дискурсе / Л.И. Коретникова // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр.; под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: СГПУ, 2006. – Вып. 6. – С. 155–160.
9. Лютикова В.Д. Языковая личность и идиолект / В.Д. Лютикова. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 1999. – 188 с.
10. Матвеева Т.В. Некоторые способы выражения субъективной модальности в публицистическом тексте / Т.В. Матвеева // Структура и семантика текста. Воронеж: Издательство Воронежского университета, 1988. – С. 108–116.
11. Матвеева Т.В. Тональность разговорного текста: три способа описания / Т.В. Матвеева // Stylistyka V. – Opole, 1996. – С. 210–221.
12. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий / Т.В. Матвеева. – Свердловск: Издательство Уральского университета, 1990. – 172 с.
13. Мечковская Н.Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета: курс лекций по общему языкознанию / Н.Б. Мечковская. – М.: Флинта; Наука, 2009. – 584 с.
14. Милехина Т.А. Речевой портрет одного из предпринимателей города Саратова / Т.А. Милехина // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр.; под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: СГПУ, 2006. – Вып. 6. – С. 166–178.
15. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 6-е изд. – М.: Астрель, 2006. – 944 с.
16. Холодович А.А. Опыт теории подклассов слов / А.А. Холодович // Вопросы языкознания. – 1960. – № 1. – С. 32–44.
17. Цейтлин С.Н. Очерки по словообразованию и формообразованию в детской речи / С.Н. Цейтлин. – М.: Знак, 2009. – 592 с.
18. Шалина И.В. Уральское городское просторечие: культурные сценарии / И.В. Шалина. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009. – 444 с.
19. Я познаю мир: Компьютеры и Интернет: Дет. энцикл. – М.: ООО «Издательство АСТ»; ООО «Издательство Астрель»; ЗАО НПП «Ермак», 2003. – 393, [7] с.

Мовна особистість, що визначається як сукупність мовних висловлювань індивіда, є феноменом, необхідним сучасному антропоцентричному напряму лінгвістики. Репрезентацією мовної особистості є мовленнєвий портрет, найбільш увиразнений в авторських текстах: художніх творах, листах, щоденниках. До таких яскравих індивідуальних мовленнєвих проявів належать і СМС-повідомлення з яскраво вираженим фасцинативним типом рецепції, що стали у статті широким матеріалом для створення портрету конкретного користувача (АМ).

Ключові слова: лінгвістичний аналіз, мовленнєвий портрет, СМС, повідомлення, текст, фасцинація, мовна особистість.

Linguistic personality, defined as a unity of personal language representation, appears to be a phenomenon, demanded by the up-to-date anthropocentrism in linguistics. The linguistic personality is represented via its speech portrait, which is made up especially brightly on the basis of authorized texts: belles-lettres, messages, and diaries. The same type of texts, with a vividly expressed individuality, is also referred to SMS-messages with an obviously fascinating type of reception, which gave a wide material to build a portrait of a certain user in the article given.

Key words: linguistic analysis, speech portrait, SMS, message, text, fascination, linguistic personality.

Одержано 14.05.2014.