

ФИЛОЛОГИЯ

УДК 811

Приемы провокативного
дискурса в сетевом дневнике

Л. Г. Антонова

*Ярославский государственный университет
им. П. Г. Демидова*

E-mail: antonova_lubov@mail.ru

Научная статья

Статья посвящена описанию стилистических приемов провокативного дискурса, которые используются блогером в инициативных записях и могут рассматриваться как приемы самопрезентации и эпатаживания целевой аудитории, что обеспечивает новое понимание эффективной виртуальной коммуникации.

Ключевые слова: блогодискурс; диалоговые пристройки; провокативная стилистика.

Receptions provokativ discourse
in online diary

L. G. Antonova

P.G. Demidov Yaroslavl State University

Scientific article

The article is devoted the description of stylistic techniques of provocative discourse, used by blogger in action records, which may be viewed as techniques of self-presentation and epatage of target audience that provides new insight into an efficient virtual communication.

Keywords: blogodiskours; provocative stylistics; extension boxes style.

Слово «блог», как известно, происходит от английского «blog», что является производным от weblog, виртуальный «сетевой журнал или дневник событий». Блог – это своеобразный «дневник наоборот», потому что записи (посты) автора блога хранятся на электронных носителях в обратном порядке. Такое расположение записей отвечает задачам блогодискурса: в первую очередь автора и адресата должны интересоваться событиями дня сегодняшнего, и этому посвящен, как правило, очередной «пост».

Кроме того, блог как сетевой дневник – это и средство формирования коммуникативно-эстетических навыков медиапользователя: поликодовое и интерактивное оформление записи обеспечивает блогеру возможность не только «услышать» других, но прежде всего «быть услышанным» и «обрести право голоса», и не только при создании вербального, но и музыкального текста, текста из фотографий или символического текста с использованием компьютерной графики.

Блоговая запись как особый вид медиатекста с «повышенным статусом субъективности» обладает рядом отличительных коммуникативных и стилистических свойств.

Прежде всего следует отметить, что запись в блоге – активное средство социализации для автора: возможность найти единомышленников и самому определить свое место в этом виртуальном мире, стремление заявить о своем видении и понимании социокультурных и гуманитарных проблем.

Блоговая запись – удобный инструмент для самопрезентационных и провокативных заявок: активное выражение себя через различные маркеры в организации текста; поддержка имиджевого стиля с использованием визуальных образных знаков; допустимая претенциозность в отборе и представлении авторских стилистических фигур в тексте.

Современная научная практика описания виртуального дискурса [1], [2] видит его основной целью – самопрезентацию и развлечение участников данного вида дискурса, поскольку в течение всего процесса виртуального взаимодействия с другими

пользователями виртуальная языковая личность так или иначе стремится показать себя с лучшей, по ее мнению, стороны, предстать в выгодном свете, акцентируя внимание партнеров в коммуникации именно на тех своих чертах, качествах и т. п., которые считает или хочет считать своими достоинствами. Вслед за А. В. Болотновым, мы не можем не согласиться с той мыслью, что изучение различных дискурсивных проявлений человека позволяет выявить его мировидение, систему ценностей, особенности мышления и восприятия действительности, тезаурус, манеру общения и другие особенности. При стилевом подходе следует акцентировать внимание на индивидуально-авторских особенностях восприятия мира, обработке полученной информации и реакции на нее, на специфике приобщения адресата к своему видению действительности [3].

Особое внимание привлекают записи в блогах так называемых «тысячников». И здесь, несомненно, лидирующей фигурой остается на протяжении последних лет – блогер tema – дизайнер и публицист Артемий Лебедев.

Рассмотрим несколько записей в его сетевом дневнике последних лет, вызвавших широкую «реакционную волну» пользователей по причине их явной провокативности и обращающих на себя внимание яркой стилевой природой индивидуального почерка. (Выборка сделана нами целенаправленно, с учетом решения задач анализа провокативного дискурса.)

Запись 1.

«Правда о ваших родственниках. Ваш дедушка – кретин».

Запись является иницирующей. Заявлен (и явно провокативно) тематический и интенциональный план информационного посыла. Провокативный тон «балансирует» на грани оскорбительного заявления.

Заметим, автор дает открытую отрицательную характеристику личности (не какой-то конкретной, а любой, кто это прочтет), используя коммуникативный ход прямого оскорбления. Без объяснения деталей автор делает общий вывод об отрицательных свойствах коллективного адресата (аудитории). Оскорбительный смысл высказывания усиливается за счет использования приема «именительный темы»: автор предваряет запись утвердительной конструкцией со словом «правда», претендуя на достоверность сообщаемой информации. При этом каждый читатель после прочтения понимает абсурдность заявленного утверждения.

Неизбежно возникает вопрос: с какой целью автор без объяснения причин, с утвердительной претенциозностью позволяет себе неэтичные и оскорбительные выпады против читателей и членов их семей? Поддерживая дискурс первой записи, в последующей записи автор так объясняет свой поступок:

Запись 2.

«Примерка на себя...

Мне всегда было интересно, как устроен механизм восприятия публичного сообщения в качестве личного. Скажем, если человек видит надпись "Ты записался добровольцем?" – считает ли он, что обращаются именно к нему?

Я, например, все надписи воспринимаю как обращенные к кому-то другому, если, конечно, речь не идет о надписи, сделанной специально для меня. Призыв "пристегните ремень безопасности" я воспринимаю обращенным абстрактно ко всем, но при этом понятно, что мне тоже надо пристегнуть ремень. Я чувствую себя проинформированным, но не чувствую, что со мной пообщались.

(...) А в интернете особенно часто встречаются люди, которые любую форму безличного и массового сообщения воспринимают лично на свой счет. Нет большего удовольствия, чем намазать задницу скипидаром таким придуркам, которые реагируют на любую *уйню.

(...) Итак, за вчерашний день мы потеряли 220 *удачков, которые приняли близко к сердцу оскорбления, обращенные неизвестно к кому.

Зато кто остался? Правильно, бронейные, железобетонные супергении. Монстры выносливости, титаны терпимости, короли интеллекта, всем ребятам примеры».

В этой ответной реплике блогер дает читателям понять, что подобными вызывающе оскорбительными записями он попросту «дразнит» их, провоцируя «реакцию естественного отбора»: нельзя быть столь чувствительными к словам, не обращенным к кому-то конкретно, «защищайтесь, господа, защищайтесь!»; берите примеры с «монстров выносливости, титанов терпимости, королей интеллекта».

Таким образом, мы являемся свидетелями, как в рамках интерактивного диалога дается урок коммуникативной практики социального взаимодействия, где «отрабатывается», как в тренинге личной безопасности, тактики конструктивной коммуникативной защиты от манипулятивных реплик информационного сообщества. Следует обратить внимание, что провоцирование «коммуникативной адекватности» и обучение «правилам социальной защиты» в данном блоге встречаются достаточно часто. Например, в течение последнего года автор сделал более 350 записей в ЖЖ, в которых содержатся отрицательные, «жесткие» характеристики жизненных реалий: политических «монстров», «зарвавшихся чиновников», «недостойных работников автосервиса» или «непонятно наивных потребителей рекламы».

При анализе этих стратегий следует упомянуть исследование А. В. Олянича о понятии «игры в социально-личностном презентационном дискурсе». Концептуальное содержание игры как культурного феномена двупланово: с одной стороны, игра есть код существования человека, набор экзистенциальных действий и поведенческих реакций на происходящее в среде ему подобных; с другой же – это средство для реализации попытки доминирования в социуме и воздействия на него, доминирования в процессе коммуникации. Игра замешана на борьбе и презентации человеческих потенциалов к последней [2, с. 332].

Игровая стратегия при информировании в блоговых записях активно востребуется создателем сетевого дневника.

Рассмотрим пример.

Запись 3.

«Меня чудовищно бесит, когда в заслуги советской власти ставят то, что советская власть отмыла деревню, построила Днепрогэс, запустила человека в космос, и далее по списку. А американцы что, кукурузными листьями *опу подтирают? В Америке тоже везде провели электричество, там тоже до*уя гидроэлектростанций, и они тоже в космос летают. При этом – без коммунизма. СССР было тяжело восстанавливать города после войны. А Германии легко? У нас **евые дороги, потому что климат невыносимый. А в Финляндии с Норвегией что, другой климат?»

Данная запись, появившаяся в канун очередной серии дебатов перед выборами президента, инициирует обсуждение историко-культурных проблем в резко полемической форме. Следует обратить внимание, что автор прибегает к приёмам устно-разговорной полемики, где особое значение приобретает инвективная лексика как приём безапелляционного возражения, граничащего с недопустимым нарушением этического пафоса дискуссии.

Запись 4.

«Я считаю, что фильм "Адмирал" – чудовищное г*, что Чебурашка позорит страну в качестве символа на олимпиаде, что у нашего гимна хорошая музыка и ужасные слова, что рубли плохо нарисованы, что московский кремль надо переокрасить обратно в белый цвет. Просто потому, что патриотизм – это только то, что я чувствую и считаю правильным, а не то, что думает военрук, чиновник с полторашкой "Ягуара"».

Здесь блогер открыто заявляет активную позицию адресанта. Он предлагает читающей его блог аудитории актуальные социально значимые предметы для обсуждения. Данные короткие фразы-размышления могут стать основанием для целого ряда ответных постов, они провоцируют не только активную, но и осознанную социальную позицию: правильно только то, что «я чувствую и считаю правильным». Заметим, что автор не обходится и на этот раз без инвектив, прецедентов и скрытых смыслов. И, действительно, что может быть серьезнее размышления о наших «национальных социокультурных паттернах»?

Так пространство блога, сохраняя правила «сценария игры с аудиторией», становится интерактивной площадкой для решения важных проблем социокультурного диалога. И, как бы ни был жестким провокационный пафос этих записей, читатель ждёт с нетерпением продолжения этого инициированного диалога в последующих постах блогера Артемия Лебедева.

Не менее интересно решаются вопросы провокативного диалога в региональном блогодискурсе.

Практически любой современный региональный блогер ставит цели большие, чем поведать своим адресатам о собственных эмоциях или каких бы то ни было личных переживаниях, частично наделен функционалом журналиста. Можно сказать, что блогеры (и блогосфера как пространство адресантов и адресатов коммуникации в блогах) создают особый коммуникативный продукт информирования своих потребителей, находящихся с ними в контакте пользователей, о тех или иных событиях: инициируют подачу информационного повода для коммуникации, дают оценку представленной информации под тем или иным углом журналистского мнения.

Если обратиться к анализу тематического содержания региональных блогов, можно заметить, что подавляющее большинство авторов использует стратегию «заинтересованного информационного пользователя» и прежде всего отражает ключевые события текущей недели, что оправдывает ожидания адресата. Предлагаются новости «на потребу дня», всячески варьируется информационный мейнстрим и выбирается «незанятая информационная полоса», чтобы двигаться вместе с адресатом в направлении дополнения или уточнения уже знакомого читателям информационного события. Некоторые блогеры сами задают тему, генерируют нити информационного полотна, создают информационные поводы, зачастую прибегая к стратегии оценочного информирования.

Даже при самом поверхностном взгляде на информационное полотно можно заметить, что некоторые информационные поводы имеют ярко выраженные ограничения по охвату адресатов. Можно легко объяснить, что информация локальна по объективным причинам: принцип региональной журналистики – прежде всего обращаться к местным событиям и таким образом «презентовать новостной повод». Хотя возможны случаи, когда неактуальная для регионального читателя информация приобретала некоторый интерес у изначально нейтрального адресата. Но обычно потребитель коммуникативных продуктов блогеров сам осознанно и целенаправленно ищет информацию по той или иной теме (реже по автору) и становится на первом этапе читателем/комментатором того или иного блога.

Нам показалось целесообразным проанализировать блог регионального журналиста, чтобы увидеть, как складываются отношения автора и адресата блогговых записей в региональном информационном пространстве, как проявляет себя языковая личность блогера в информационном дискурсе.

Обратимся непосредственно к примеру. Для анализа был взят блог журналиста радиостанции «Эхо Москвы – Ярославль» Марка Нуждина (URL: <http://www.echo76.ru/blog-personal/39>).

Был выбран именно этот блог по следующим причинам:

- автор блога известен как медийная личность в регионе;
- блог относительно легко найти в Сети по имени автора блога;
- блог имеет актуальный для жителей региона контент;
- коммуникативное поведение блогера свидетельствует, что блог был создан не «по заданию редакции», и отвечает принципам индивидуальной блогосферы.

Так, например, для блогодискурса М. Нуждина характерен специфический, достаточно узкий выбор тем (общественно-социальные проблемы региона, историко-культурное наследие ярославского края, парадоксы местной политической практики); предлагаемые читателям темы в блоге почти всегда являются своеобразным продолжением тематики обсуждения в эфире радиовещания региональной станции «Эхо Москвы».

Обращает на себя внимание тот факт, что блогер пишет о городских проблемах для горожан и ожидает обратную связь – комментарии адресата, но не использует для такого диалога необходимых коммуникативных приемов: посты автора представляют собой большие законченные тексты, он активно рассуждает, методично и мотивированно выражает свою позицию с редкими элементами внутреннего диалога. Как показывает опыт анализа блогодискурса М. Нуждина, автор позиционирует себя как журналист с активной позицией, умеющий «что» и «как» сказать. Но речевая партия адресата не является самостоятельной, она всегда продиктована рамками записи, тематикой и тональностью блоговой записи; адресат в большинстве случаев оценивает не только информацию, но и критическую позицию блогера и встает «на защиту» авторских аргументов. Ещё одно интересное наблюдение: адресат и в форме записи, и в использовании приемов речевого воздействия внешне «копирует» блоговую запись автора (и посты, и комментарии, как правило, подробны и развернуты, и чем больше по объему пост, тем больше объем комментария того или иного адресата); автор не использует, в отличие от других блогеров, приемов поликодовости – читатель также пользуется в основном вербальным инструментарием, редко прибегая к использованию графемики или видеофайлов.

На наш взгляд, ярославский журналист-блогер и его адресат в контексте блогосферы еще не испытывают особого интереса и «драйва» при работе с информационным событийным материалом при передаче или при восприятии информации; они информационно грамотны, активны, но «ожидаемы» и «узнаваемы» в своих репликах-реакциях, что значительно отличается от подобной коммуникативной позиции участников столичной блогосферы.

Стоит отметить, что блогодискурс является уникальной коммуникативной средой благодаря тому, что позволяет быть «наедине со всеми», сочетать «публичное» и «интимное»; создатель сетевого дневника «настраивает» тональный и стилевой режим под себя, выбирает наиболее удобную «модель взаимоотношений с миром и людьми». Каждый блогер тем или иным способом стремится донести свои мысли до массовой аудитории. И если под успешной коммуникацией мы понимаем такое общение, которое позволяет говорящему достичь поставленной цели и сохранить баланс отношений с собеседником, то есть «коммуникативное равновесие» [4], то в рамках виртуального пространства возможно и иное развитие событий: материалы могут быть намеренно провокационными, опубликованными с целью «взорвать» публику и тем самым получить неожиданный эффект доверия и долговременного интереса к собственной блогосфере.

Ссылки / Reference

- [1] Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.
- [2] Олянич А. В. Презентационная теория дискурса: монография. Волгоград: Парадигма, 2004. 507 с.
- [3] Болотнов А. В. Самопрезентация языковой личности в публичном дискурсе: когнитивно-стилистический аспект // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2012. №10 (125). С. 169–173.
- [4] Стернин И. А. Основы речевого воздействия (Изд.2, испр.). Воронеж: Истоки, 2012. 178 с.