



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.4.22>

UDC 81'1:005.57
LBC 81.055.1

Submitted: 25.09.2018
Accepted: 22.10.2018

PERFORMANCE IN COMMUNICATION: ASPECTS OF COGNITIVE-DISCURSIVE MODELING

Svetlana N. Plotnikova

Irkutsk State University, Irkutsk, Russia

Abstract. The paper provides an overview of the development of the performance theory in different fields over several decades and sets out a view of performance in communication in the framework of the cognitive-discursive paradigm in linguistics. The discussion of the performance theory centers on several key features as they function as part of performance organization including self-presentation in a social role, the live presence of the performers and observers, the performance contract between them, play, rehearsal, theatricality, and virtuosic display. In the article performance contract is redefined in linguistic terms as cognitive scenario worked out by communication technologists and realized through a number of multimodal modes of semiotic representation. Performance is viewed as a communicative event and discourse manifestation of personalities of its participants. As a communicative event, performance involves the same setting, the same participants, generally using the same language maintaining the same social roles and rules for interaction stipulated by the cognitive scenario. As a discourse manifestation of personalities, performance comprises the same general topic, the same basic type of discourse (personality bound or status bound), and the same regime (co-present or mediated performance). The analysis of performances of a media personality, a representative of the 'false elite' is proposed. The focus is placed upon the conceptual content of these performances which is technologically devised as a factor of attractiveness ensuring the observer involvement and the continuity of performances reproducing the same basic conceptual content in varied semiotic representations.

Key words: performance, communicative event, performer, communication technologist, cognitive scenario, discourse manifestation of personality.

Citation. Plotnikova S.N. Performance in Communication: Aspects of Cognitive-Discursive Modeling. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2, Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2018, vol. 17, no. 4, pp. 229-239. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.4.22>

УДК 81'1:005.57
ББК 81.055.1

Дата поступления статьи: 25.09.2018
Дата принятия статьи: 22.10.2018

ПЕРФОРМАНС В КОММУНИКАЦИИ: АСПЕКТЫ КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Светлана Николаевна Плотникова

Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия

Аннотация. В статье с опорой на выделенные в теории перформанса ключевые признаки его организации: самопрезентация в определенной социальной роли, живое присутствие исполнителей и наблюдателей, наличие между ними перформансного контракта, игра, отрепетированность, театральность, виртуозность исполнения, дано определение перформансного контракта в лингвистических терминах: как когнитивного сценария, объективируемого посредством различных мультимодальных способов семиотической репрезентации. Перформанс рассматривается как коммуникативное событие и дискурсивное проявление личностей его участников. Как коммуникативное событие, перформанс разворачивается в одной и той же обстановке, с одним и тем же составом участников, говорящих на одном языке, придерживающихся одной социальной роли и общих правил взаимодействия, предписываемых когнитивным сценарием. Как дискурсивное проявление личностей, перформанс посвящен одной и той же тематике, реализуется в одном и том же базовом дискурсе (лично- или статусно-обусловленном), в одном и том же режиме (перформанс в

условиях со-присутствия или медиации). Установлено, что в целом перформансы рассчитаны на продолжение: в новых перформансах то же базовое концептуальное содержание воспроизводится в вариативных семиотических репрезентациях.

Ключевые слова: перформанс, коммуникативное событие, исполнитель, наблюдатель, коммуникативный технолог, когнитивный сценарий, дискурсивное проявление личности.

Цитирование. Плотникова С. Н. Перформанс в коммуникации: аспекты когнитивно-дискурсивного моделирования // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2018. – Т. 17, № 4. – С. 229–239. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.4.22>

Введение

Междисциплинарные связи лингвистики с другими науками в области теории коммуникации и теории дискурса позволяют выделять новые объекты лингвистического анализа и разрабатывать теорию языка в ее новых ракурсах.

Цель статьи – обосновать статус междисциплинарного понятия «перформанс» в лингвистической теории коммуникации и осуществить когнитивно-дискурсивное моделирование перформанса на примере коммуникативного поведения медиAPERсоны.

«Перформанс»: возникновение и развитие понятия в науке

Понятие «перформанс» (от англ. *performance* – ‘исполнение, выступление, представление, спектакль’) возникло в социологии. Оно было предложено и разрабатывалось в 50–70-е гг. XX в. Э. Гоффманом, основателем драматургического подхода к коммуникации [Goffman, 1959, 1967, 1969, 1971]. Ссылаясь на метафору У. Шекспира «весь мир – театр», он выдвинул идею о том, что жизнь сама по себе разыгрывается, как пьеса в театре, уточняя, что весь мир, конечно, не театр, но в каком смысле это не так, определить трудно, поскольку мы все постоянно играем, хотя и не всегда понимаем, какие мы хорошие актеры: «Life itself is a dramatically enacted thing. All the world is not of course a stage, but the ways in which it is not are not easy to specify. In short, we all act better than we know how» [Goffman, 1959, p. 72].

Для описания акта самопрезентации человека или группы перед другими людьми Э. Гоффман использовал термин «performance» для описания акта самопрезентации человека или группы перед другими людьми. Как

правило – это специально подготовленное, отрепетированное, постановочное (staged) действие. Разыгрывая перформансы в повседневной жизни, люди используют декорации наподобие того, как это делают актеры на театральной сцене (в качестве декораций выступают дома, автомобили, одежда, украшения и т. п.). Хорошо отрепетированное поведение – тоже часть перформанса (например, характерная демонстрация гнева или любви). Человек имеет публичную личность (public self), действующую на сцене (front stage), и расслабленную личность (relaxed self), когда уходит со сцены за кулисы (backstage). Это разграничение значимо для коммуникации: человек может играть роль на переднем плане, если только у него есть задний план, кулисы, куда он может вернуться и где может расслабиться. Роли переднего плана нацелены на то, чтобы удержать зрителей, не подпустить их к заднему плану. Группы так же, как и индивиды, действуют на переднем и заднем планах. Э. Гоффман приводит в качестве примера поведение официантов в ресторане, разыгрывающих чуть ли не мистерию, демонстрируя высшую степень профессионализма, вежливости, расторопности, элегантности; за кулисами же исполнители расслабляются. Э. Гоффман подчеркивает, что, хотя в повседневной жизни многие перформансы заранее подготовлены и отрепетированы, все же подавляющее большинство социальных ролей исполняется неосознанно, на основе адаптивной компетенции (adaptive competence), когда человек выбирает для себя роль, диктуемую ролями других участников. Соответственно, человек может быть вовлечен в исполнение ролей, наносящих ему вред, в силу реализации стратегий манипуляции, обмана, сговора и др.

Сущность драматургического подхода состоит в трактовке всей публичной коммуникации как перформансной, поскольку люди

постоянно осуществляют самопрезентацию, представление себя другим в определенной социальной роли, разыгрывают эту роль и управляют производимыми при этом впечатлениями.

Концепция Э. Гоффмана оказала большое влияние на социологические, психологические и лингвистические исследования. В них достаточно подробно изучен в разных ракурсах феномен самопрезентации [Болотнов, 2012; Галичкина, 2009; Карасик, 2015; Курачева, 2006; Лабунская, 2005; Олянич, 2007; Carpenter, et al., 2017].

Итак, в теории Э. Гоффмана понятие перформанса толкуется через понятия социальной роли и самопрезентации человека или группы в этой роли в процессе коммуникации, при этом исполнение роли и самопрезентация в ней могут быть как осознаваемыми, так и неосознаваемыми.

Иную теорию перформанса разрабатывает, начиная с 1970-х гг. XX в., Р. Шехнер [Schechner, 2004; 2013]. Он отказывается от идеи неосознанного перформанса Э. Гоффмана на том основании, что в такой широкой трактовке понятие перформанса охватывает безграничный круг явлений: «there are problems with the notion of a field without limits» [Schechner, 2013, p. 38]. В отличие от «гоффмановского исполнителя», «шехнеровский исполнитель» осознанно играет свою роль и размышляет о том, как ее лучше всего исполнить.

Р. Шехнер видит истоки перформанса в доисторическом шаманизме, древнем театре, ритуалах и церемониях разных народов [Schechner, 2004]. В современном обществе он выделяет восемь видов перформанса в соответствии с ситуациями, в которых они встречаются. Это восемь различных, иногда накладывающихся друг на друга ситуаций: 1) в повседневной жизни – приготовление пищи, социализация, «просто жизнь» ('just living'); 2) в искусстве; 3) в спорте и других популярных развлечениях; 4) в бизнесе; 5) в практической деятельности; 6) в сексе; 7) в ритуалах – сакральных и светских; 8) в игре [Schechner, 2013, p. 51].

Если по Э. Гоффману перформанс – это любой акт представления себя другим, то по Р. Шехнеру перформансом можно назвать

только такую деятельность, которая характеризуется живым присутствием исполнителей и тех, кто наблюдает за перформансом: «for an activity to be regarded as performance it must involve the live presence of performers and those witnessing it» [Schechner, 2013, p. 38], а также наличием «перформансного контракта» между исполнителями и наблюдателями, эксплицитного или имплицитного: «...the performance contract between them, either explicit or implicit» [Schechner, 2013, p. 38].

«Перформансный контракт» – аналог термина «когнитивный сценарий», под которым понимается структура представления динамического знания, цепочки последовательно развертывающихся действий [Edwards, 1997; Minsky, 1980; Schank, Abelson, 1977]. В перформансе исполнители реализуют определенный сценарий, запрограммированную последовательность действий. Наблюдатели, в свою очередь, приблизительно знают, что будет происходить, то есть тоже имеют представление о реализуемом сценарии. Именно это, на наш взгляд, имеется в виду под «перформансным контрактом».

Р. Шехнер указывает, что определенные перформансы можно объединять и обобщать «на теоретическом уровне сохранения поведения» (at the theoretical level of restoration of behaviour), но на уровне практического воплощения (as embodied practices) каждый отдельный перформанс уникален и отличается от всех других [Schechner, 2013, p. 56].

Итак, согласно Р. Шехнеру, перформанс – это непосредственно происходящая «здесь» и «сейчас» деятельность, включающая исполнителей и зрителей. Перформанс имеет акциональную природу, и смена действий в нем происходит по определенному сценарию, хорошо известному исполнителям и в общих чертах – зрителям.

Р. Шехнер – искусствовед, специалист в области театрального искусства, где в основном и продолжается разработка его теории. Вне сферы искусства (в бизнесе, практической деятельности, повседневной жизни) в рамках данной теории ведется изучение культурно обусловленных перформансов, перформансов в политической, религиозной, педагогической деятельности [Stucky, Wimmer, 2002]. Общая задача таких исследований – очертить

круг социальных явлений, имеющих сходство с театральными постановками.

В русле этого подхода перформансную коммуникацию рассматривает Г.Г. Почепцов, посвящая ей небольшой раздел в книге «Теория коммуникации» [Почепцов, 2001, с. 330–339]. Ссылаясь на некоторые положения Р. Шехнера, автор пишет, что перформанс предполагает четкое разграничение участников и публики, отрепетированность, утрированно-перформансные роли. Приводимые примеры перформансов включают церемонии инаугурации президентов, встречи официальных лиц в аэропорту, официальные похороны, съезды партий, пиар-презентации. В качестве основного признака перформанса называется театральность, которая распространяется и на публику: «Театральность внесена внутрь зрительской массы» [Почепцов, 2001, с. 335].

Теорию перформанса разрабатывает с 1970-х гг. XX в. специалист в области фольклора Р. Бауман. Он не ссылается на Э. Гоффмана и Р. Шехнера и дает собственное определение перформанса как разновидности устной коммуникации; как разновидности использования языка, как способа говорения: “performance as a mode of spoken verbal communication; a mode of language use, a way of speaking” [Bauman, 1977, p. 11–12]. Свою задачу он формулирует как переориентацию рассмотрения фольклора в качестве материала на его исследование в качестве коммуникации, а именно как артистического события, или перформансной ситуации, включающей исполнителя, исполняемое произведение, аудиторию и обстановку.

Концепция Р. Баумана, как и концепция Э. Гоффмана, оказала влияние на лингвистику. Понятие перформанса было введено в социолингвистику и позже – в теорию дискурса. В социолингвистическом аспекте перформанс определяется как проявление в социальной ситуации театральности (performance as theatricality), виртуозности исполнения социальной роли (performance as virtuosic display), различаются перформансы в ситуации со-присутствия и медиации (co-present and mediated performance) [Bauman, 2011]. Акцентируется постановочный, «сценический» характер использования языка в перформансной социальной ситуации [Bell, Gibson, 2011]. В теории

дискурса понятие перформанса использует Б. Джонстоун, которая, опираясь на Р. Баумана, понимает перформанс как исполнение / оформление дискурса, влияющее на его восприятие слушающими / читающими. Она пишет, что исполнение устного дискурса и графическое оформление письменного дискурса влияют на реакцию аудитории на дискурс, поскольку люди придают значимость тому, как дискурс звучит или выглядит наряду с тем, о чем он сообщает: “Humans attend to how discourse sounds or looks as well as to what it refers to” [Johnstone, 2018, p. 97]. Понимаемый таким образом перформанс, по мнению Б. Джонстоун, закреплен в различных видах дискурса: в публичном прочтении своей книги писателем, в книге для детей, в рассказывании историй и т. п. [Johnstone, 2018, p. 100].

Обзор научной литературы показывает значимость понятия «перформанс» для теории коммуникации и теории дискурса. Представленные концепции имеют и точки пересечения, и существенные различия. Очевидна недостаточная разработанность этого понятия и необходимость дальнейшего исследования феномена перформанса.

Перформанс и игра

Связь между перформансом и игрой настолько очевидна, что возникает вопрос о необходимости двух обозначений для, возможно, одного и того же феномена. На связь перформанса и игры указывают основоположники теории перформанса Э. Гоффман и Р. Шехнер. Э. Гоффман трактует перформанс как разыгрывание в коммуникации социальных ролей наподобие разыгрывания ролей персонажей в театре, но он прямо не пишет, что перформанс – игра, для него перформанс, в первую очередь, – самопрезентация. Р. Шехнер тоже не анализирует соотношение перформанса и игры, но из вышеприведенной классификации следует, что для него перформанс шире игры, поскольку он выделяет перформансы в игре (play), искусстве (the arts), спортивных играх и других развлечениях (sports and other popular entertainments) наряду с перформансами в бизнесе и повседневной жизни.

С нашей точки зрения перформанс и игра – взаимодополняющие понятия, однако

каждое из них имеет свое содержание. Для обоснования этого положения необходимо кратко осветить существующие в науке представления об игре.

В лингвистике разрабатываются два основных подхода к игре: в ее трактовке по Л. Витгенштейну и Й. Хейзинге.

К идеям Л. Витгенштейна восходит понимание языковой игры как универсального структурного принципа, определяющего любое пользование языком [Витгенштейн, 2003]. В постмодернистской философии было введено сходное, но более общее понятие игры структуры, предполагающее видение любого явления в качестве находящегося в процессе самоорганизации [Делез, Гваттари, 2007; Деррида, 2007]. В этом понимании игра предстает как безличностный фактор в контексте общенаучной концепции синергетики, самоорганизации сложных систем; в лингвистическом аспекте – как игра самого языка: фонем, морфем, слов, смыслов, знаков (см., например: [Карпухина, 2006]).

Согласно Й. Хейзинге, который впервые ввел в науку понятие игры в своем ныне всемирно известном труде «Homo Ludens» (1938), игра определяется через личностный фактор – человека играющего [Хейзинга, 2003]. Она включает в себя много противоречащих друг другу признаков. В игре черпается удовольствие, но некоторые игры вызывают у их участников и зрителей боль, физические и нравственные страдания. Игра – несерьезное поведение, но во многих играх люди серьезны, как будто игра – смысл их жизни. Игра связана с красотой, но существуют и жестокие, кровавые игры. Игра не причастна к морали, к различению добра и зла, мудрости и глупости, но есть игры, вызывающие пристрастие и наносящие вред физическому и психическому здоровью человека. Любая игра строится по заданным правилам, но есть игры без правил. У игры нет прямой практической целесообразности, но есть профессиональные и коммерческие игры, в частности, спортивные, служащие основным источником дохода для их участников и организаторов [Хейзинга, 2003]. Все это многообразие признаков подводит Й. Хейзингу к выводу о том, что общей основой определения игры является человек играющий. Человек как вид, по Й. Хейзинге, –

это homo sapiens – homo faber – homo ludens, то есть человек разумный – это не только человек, занимающийся какой-либо практической полезной деятельностью, но и человек играющий. В лингвистике через призму концепции Й. Хейзинги рассматривается игровой дискурс как дискурс человека играющего (см., например: [Плотникова, 2010; Шейгал, Иванова, 2008]).

С точки зрения лингвистики понимание игры как безличностного структурного фактора самоорганизации сложных систем можно отнести не только к языку, но и к коммуникации, то есть к самоорганизации не только языковой, но и коммуникативной системы. В этом смысле все взаимодействие в рамках определенной коммуникативной системы носит игровой, или, по Э. Гоффману, перформансный характер. Что касается понимания игры как деятельности человека играющего, то оно соответствует трактовке Р. Шехнера, согласно которой игра – один из видов перформанса, выделяемый наряду с другими его видами.

Перформанс

как коммуникативное событие и дискурсивное проявление личности

Вышеизложенные подходы к перформансу и выделяемые в их рамках признаки данного явления закладывают основу для исследования перформанса как коммуникативного события и дискурсивного проявления личности.

Под коммуникативным событием (communicative event) понимается сингулярное событие (single event), определяемое общим для всех коммуникативных событий набором компонентов. К ним относятся: 1) сохранение на протяжении всего события одной и той же коммуникативной цели; 2) участие на протяжении всего события одних и тех же коммуникантов; 3) использование одного и того же языка; 4) сохранение одного и того же набора ролей; 5) следование одним и тем же правилам взаимодействия; 6) локализованность в одной и той же обстановке. Событие заканчивается, когда происходит изменение основного состава участников, их ролевого взаимодействия либо фокуса их внимания [Saville-Troike, 2003, p. 23].

Эти общие характеристики относятся и к перформансному коммуникативному событию, однако они требуют уточнения с учетом описанных выше характеристик перформанса.

Под перформансом мы понимаем конкретный фрагмент устной вербальной либо невербальной коммуникации, сингулярное коммуникативное событие, имеющее четко выраженное начало, развертывание и завершение. В состав участников перформанса входят не только исполнители, то есть непосредственные участники (говорящие, поющие, танцующие и т. д.), но и наблюдатели (воспринимающие, реагирующие, интерпретирующие), причем состав наблюдателей может меняться как во время развертывания события в режиме со-присутствия (приход, уход наблюдателей), так и после него, когда перформанс передается в режиме медиации. Обязательным признаком перформанса является его стратегичность / технологичность. Это означает, что производимый в нем дискурс, вербальный и невербальный, конструируется на основе определенных стратегий / технологий [Плотникова, 2015; Fairclough, 1996]. Соответственно, в состав участников перформанса входят не только исполнители и наблюдатели, но и коммуникативные технологи – те, кто создают когнитивный сценарий перформанса. Он может использоваться не только осознанно, но и неосознанно, следовательно, более уместным, чем термин «технология», будет термин «стратегия». Функцию «стратега» берет на себя активный и заинтересованный участник коммуникации, остальные участники адаптируются к его роли. Различаются спонтанные и предварительно подготовленные, в том числе отрепетированные, перформансы. В спонтанных перформансах сценарий создается по ходу развертывания коммуникативного события, между участниками может происходить коммуникативная борьба за трансформацию ролевого взаимодействия и смену стратегий, например, в конфликтной ситуации. В предварительно подготовленных и тем более в отрепетированных перформансах подготовка исполнителей по продуманному сценарию придает перформансу такие характеристики, как театральность и виртуозность исполнения ролей (например, репетиция свадьбы).

На уровне «сохранения поведения» (об этом понятии Р. Шехнера см. выше) перформансы объединяются в единый класс (например: многократные исполнения пьесы или песни; в институциональной коммуникации – многочисленные интервью, встречи с людьми того или иного политика), однако на уровне дискурсивного проявления личности каждый перформанс – сингулярное, уникальное событие. Как отмечает В.И. Карасик, дискурсивное проявление личности заключается в варьировании тематики дискурса, ситуативно-личностных характеристик участников общения, способов выражения содержания и стиля, канала передачи сообщения [Карасик, 2016].

Показательным материалом для анализа перформансов служит коммуникативное поведение медийных личностей, или медиаперсон, представителей «элит» и «лжеэлит», количество которых согласно данным, полученным И.В. Анненковой, постоянно увеличивается в современной медицентричной культуре [Анненкова, 2014]. Полная, доходящая до своего предела публичность как ценность медицентричной культуры, когда жизнь семиотически фиксируется в описаниях и фотографиях фактически одновременно с ее непосредственным проживанием, позволяет анализировать не только отдельные перформансы, но и их континуальность и логику следования друг за другом.

Рассмотрим в качестве примера коммуникативные перформансы певицы, выступающей под именем Леди Гага (Lady Gaga). Это не только сценический псевдоним, то есть не только имя ее персонажной личности на сцене во время исполнения песни, но и имя, которым она представляется в интервью, что свидетельствует о континуальном характере ее сценических и несценических медийных перформансов, за которыми следуют медийные перформансы, где она называет себя своим настоящим именем – Стефани Джоанн Анджелина Джерманотта (Stefani Joanne Angelina Germanotta).

Перформансы этой исполнительницы, безусловно, являются подготовленными на основе технологий; дискурсивное проявление ее личности во время перформанса – это также дискурсивное проявление личностей коммуникативных технологов. Для каждого перфор-

манса они разрабатывают когнитивный сценарий, в который входит структура действий на сцене, тематика песенного дискурса и способы выражения содержания.

Песенное сообщение сопровождается параллельными вербальными и невербальными сообщениями, усложняющими сценарий перформанса. Так, песня "Born this way" (<https://www.youtube.com/watch?v=wVIFrqwZykw>) по своему содержанию и речеактовому наполнению весьма проста: в ней перемежаются одни и те же ассертивы и директивы. К ассертивной части содержания относятся многократно повторяемые утверждения: *I was born this way; you were born this way*. Они разясняются в оценочных ассертивах: *We are all born superstars; God makes no mistakes; No matter black, white or beige, chola or orient made; No matter gay, straight, or bi, Lesbian, transgendered life; I must be myself; I love my life, I love this record; I'm on the right track; I'm beautiful in my way*.

На когнитивном уровне данное содержание закрепляется в концептосфере слушающих как концепт Эксклюзивность собственной личности. Такой личностью следует восхищаться, каково бы она ни была. Это концептуальное содержание передается также в директивах, прямых приказах и командах слушающим: *Listen to me when I say; Hold your head up and you'll go far; Don't hide yourself in regret; Don't be a drag, just be a queen; Just put your paws up; Just love yourself and you're set; Rejoice and love yourself today*.

В качестве параллельных сообщений в данный перформанс включается вербальное сообщение с туманным квазифилософским содержанием (*The Manifesto of Mother Monster*) и ряд невербальных сообщений: облик исполнительницы, ее прическа, макияж, одежда, жесты, действия. Эпатажный облик певицы варьируется от перформанса к перформансу; работа технологов над ним раскрывается, в частности, в интервью, в котором исполнительница рассказывает о своем платье из бумаги:

There was a special stone-paper that we really wanted to use. And that works for the ensemble. The designer of the look is 22-year-old Mathieu Mirano. He's one of the youngest and brightest stars. And he

created it from one of the most unlikely materials. It's paper. You can't rip this paper (<https://abcnews.go.com/GMA/video/lady-gaga-interview-featured-paper-dress-singer-premiered-20009950>)

Концептуальное содержание всего множества профессиональных перформансов исполнительницы сводится к идее эксклюзивности как ее личности, так и личностей слушающих. Это же концептуальное содержание передается в ее многочисленных интервью, записи которых размещены на видеохостинговом сайте YouTube, например:

Q.: How are you?

L.G.: Well, I'm absolutely wonderful and a little bit choked up because that is the way I'm still here and I work so hard, it's because I really am very blessed to have fans with such a beautiful spirit. And I would say that the only reason I ever mentioned that people don't ask me how I'm genuinely is because it took a lot of bravery to get to where we are today. A lot of people see glasses and shoulder pads and crazy outfits, and over the years it was difficult to do interviews because that's all people would talk about. So I guess what I would say is I'm doing wonderful now because of how brave that all my fans have made me. So thank you for making me brave, and I hope I can think you're brave. Thank you.

Во время этого интервью на исполнительнице такой же эпатажный наряд и макияж, как и на сцене, то есть ее сценический образ переходит в медийный имидж. В целом составляющие класс сценические перформансы служат когнитивной основой медийных институциональных перформансов, и эта непрерывность не прерывается и тогда, когда певица дает интервью не в эпатажном, а обычном облике. Например:

Q.: Seems you're more lady now than Gaga.

L.G.: I think that when people see me with less makeup on and less of what I was doing before...

Q.: How do they react?

L.G.: It was interesting my father was very emotional and my grandmother was too but she held my hand and said, "I hope my dear, that you won't be too maudlin while you are putting this music into the world". I used to come home and I think my mom used to watch me have a real hard time washing it off, you know. I keep the wigs on and keep the makeup on, I kept the outfits on and I was always trying... I never wanted to let my fans down, I always wanted them to see me in my art form.

Перформансы данного типа направлены на конструирование положительного общественного мнения о медиаперсоне. Ее самопрезентация в роли социально значимой и достойной уважения личности основывается на аргументах к высокому мнению о ней в семье, трудолюбию, любви к зрителям.

Наблюдатели, будучи неотъемлемой частью перформанса, дискурсивно проявляют себя в качестве реагирующих и интерпретирующих личностей. При непосредственном восприятии перформанса происходит эмоциональное реагирование: наблюдатели испытывают и выражают эмоции и чувства – положительные (любовь, восхищение, радость) либо отрицательные (ненависть, негодование, отвращение). В дискурсе реагирования вступает в действие интерпретирующий фактор, когда наблюдатели объясняют причины своего отношения к медиаперсоне:

Now this Lady right here is my fave in the world, she's so different and perfect. I love her to death. She doesn't deserve to be hated for being different. I love her;

I think she's a little strange, but who isn't? Overall I love her music, she's so talented. I don't get why people don't like her, it's like the reason they don't like her is because of her outfits. She is just a really talented and amazing woman;

I hate Joanne with a passion;

Sad for Gaga's health but I'm so happy the era is over. I prefer the personality of "Stephanie" over "Lady Gaga";

I don't follow pop music and celebrities. When I hear of Lady Gaga I think of a naked woman rolling around in minced meat. I don't even know what she looks like.

Приведенные примеры дискурса реагирования иллюстрируют как положительную, так и отрицательную оценку коммуникативного поведения исполнительницы. Превалирование положительной оценки в общем массиве дискурса реагирования свидетельствует о сохранении аттрактивности и возможности получения экономической выгоды от последующих перформансов. В наше время дискурс все больше становится экономической категорией, то есть производится как товар в рамках контент-индустрии, выпускается на рынок, на продажу и используется в качестве оружия в экономической конкурентной борьбе [Плотникова, 2015]. Некоторые интерпретаторы отмечают,

что именно странность облика певицы принесла ей популярность и богатство:

Oh, yeah. Fantastic voice. Also reasonably attractive on some level. I don't care for her style at all. But, what do I know? She's the one whose bizarre performance made her quite wealthy;

The bizarreness is what really made her. She can sing but is only a little above average look, wise. So to get noticed she did bizarre. And it worked.

Эпатажность, фантастичность, гротескность внешнего облика, действий и дискурса в настоящее время активно используется медиаперсонами как технологично сконструированное перформансное коммуникативное поведение. Аттрактивность такого поведения объясняется тем, что «странность» выступает как «новая информация», требующая внимания, а также как «эксклюзивность», что формирует из таких персонажей «лжеэлиту».

Вместе с тем перформансная коммуникация не ограничивается подобными примерами. Перформансы охватывают широкий круг коммуникативных событий в самых разных сферах коммуникации и требуют изучения и систематизации.

Заключение

Предлагаемый в статье лингвистический подход к феномену перформанса в коммуникации учитывает его базовые параметры, изучаемые в философии, социологии, искусствоведении, фольклористике, дополняя их лингвистическими параметрами, к которым относятся когнитивный сценарий перформанса, дискурсивное проявление личностей участников, специфика концептуального содержания, стратегичность / технологичность. Комплексное рассмотрение перформанса через призму этих параметров дает возможность системно охарактеризовать его сущность как коммуникативного события.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Анненкова И. В., 2014. «Элита» и «лжеэлита» как системные понятия медицентричной культуры // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. Т. 24, № 26 (197). С. 71–74.

- Бологнов А. В., 2012. Самопрезентация языковой личности в публичном дискурсе: когнитивно-стилистический аспект // Вестник Томского государственного педагогического университета. № 10 (125). С. 169–173.
- Витгенштейн Л., 2003. Философские исследования // Языки как образ мира. М. : АСТ ; СПб. : Terra Fantastica. С. 220–548.
- Галичкина Е. Н., 2009. Самопрезентация языковой личности в сетевой коммуникации (на материале ников участников «Чата») // *Lingua mobilis*. Т. 19, № 5. С. 80–87.
- Делез Ж., Гваттари Ф., 2007. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения. Екатеринбург : У-Фактория. 672 с.
- Деррида Ж., 2007. Позиции. М. : Академический Проект. 160 с.
- Карасик В. И., 2015. Самопрезентация в рекламном дискурсе // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. № 4 (20). С. 32–43.
- Карасик В. И., 2016. Дискурсивное проявление личности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. Т. 20, № 4. С. 56–77.
- Карпухина Т. П., 2006. Морфемный повтор в художественном тексте в свете общеэстетической теории игры. Хабаровск : ДВГУ. 392 с.
- Курачева В. В., 2006. Эффективная самопрезентация компании // Управление развитием персонала. № 2. С. 136–142.
- Лабунская В. А., 2005. Бытие субъекта: самопрезентация и отношение к внешнему Я // Субъект, личность и психология человеческого бытия. Серия: Труды института психологии РАН. М. : Ин-т психологии РАН. С. 235–258.
- Олянич А. В., 2007. Презентационная теория дискурса. М. : Гнозис. 407 с.
- Плотникова С. Н., 2010. Игра в свете парадигмы множественности миров: дискурсивный подход // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. № 1. С. 139–147.
- Плотникова С. Н., 2015. Дискурсивные технологии и их роль в конструировании социального мира // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. № 714. С. 72–83.
- Почепцов Г. Г., 2001. Теория коммуникации. М. : Ваклер. 649 с.
- Хейзинга Й., 2003. Homo Ludens. Человек играющий. М. : Айрис-Пресс. 496 с.
- Шейгал Е. И., Иванова Ю. М., 2008. Игровой дискурс: игра как коммуникативное событие // Известия Российской Академии наук. Серия литературы и языка. Т. 67, № 1. С. 3–20.
- Bauman R., 1977. *Verbal Art as Performance*. Rowley, MA : Newbury House. 149 p.
- Bauman R., 2011. Commentary: foundation of performance // *Journal of Sociolinguistics*. Vol. 15, № 5. P. 707–720.
- Bell A., Gibson A., 2011. Staging Language: An Introduction to the Sociolinguistics of Performance // *Journal of Sociolinguistics*. Vol. 15, № 5. P. 555–572.
- Carpenter S., Kanver D., Timmons R., 2017. It's about me: a study of journalists' self-presentation of their visual and verbal selves // *Journalism Practice*. Vol. 11, № 10. P. 1246–1266.
- Edwards D., 1997. *Discourse and Cognition*. London : Sage. 368 p.
- Fairclough N., 1996. Technologicalisation of discourse // *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. New York : Routledge. P. 143–159.
- Goffman E., 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York : Doubleday. 259 p.
- Goffman E., 1967. *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behavior*. New York : Doubleday Anchor Books. 270 p.
- Goffman E., 1969. *Strategic Interaction*. Philadelphia : University of Philadelphia Press. 160 p.
- Goffman E., 1971. *Relations in Public. Microstudies of the Public Order*. New York : Harper & Row. 423 p.
- Johnstone B., 2018. *Discourse Analysis*. Hoboken ; New York : John Wiley & Sons. 304 p.
- Minsky M., 1980. A framework for representing knowledge // *Frame Conceptions and Text Understanding*. Berlin : Walter de Gruyter. P. 3–25.
- Saville-Troike M., 2003. *The Ethnography of Communication*. Oxford : Blackwell. 325 p.
- Schank R., Abelson R., 1977. *Scripts, Plans, Goals and Understanding. An Inquiry into Human Knowledge Structures*. Hillsdale ; New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. 256 p.
- Schechner R., 2004. *Performance Theory*. London ; New York : Routledge. 432 p.
- Schechner R., 2013. *Performance Studies*. London ; New York : Routledge. 363 p.
- Stucky N., Wimmer C., 2002. *Teaching Performance Studies*. Carbondale : Southern Illinois University Press. 290 p.

REFERENCES

- Annenkova I.V., 2014. 'Elite' and 'False Elite' as System Concepts of Mediacentric Culture. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities], vol. 24, no. 26 (197), pp. 71-74.

- Bolotnov A.V., 2012. Self-Presentation of Language Person in a Public Discourse: Cognitive-Stylistic Aspect. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Tomsk State Pedagogical University Bulletin], no. 10 (125), pp. 169-173.
- Vitgenstein L., 2003. Philosophische Untersuchungen. *Yazyki kak obraz mira*. Moscow, AST Publ.; Saint Petersburg, Terra Fantastica Publ., pp. 220-548.
- Galichkina E.N., 2009. Language Personality Self-Presentation in Network Communication (the Case Study of Nicknames in Chats). *Lingua mobilis*, vol. 19, no. 5, pp. 80-87.
- Deleuze G., Guattari F., 2007. *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*. Ekaterinburg, U-Faktoriya Publ. 672 p.
- Derrida J., 2007. *Positions*. Moscow, Akademicheskii proekt Publ. 160 p.
- Karasik V.I., 2015. Self-Presentation in Advertising Discourse. *Aktualnye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki* [Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics], no. 4 (20), pp. 32-43.
- Karasik V.I., 2016. Discourse Manifestation of Personality. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Lingvistika* [Russian Journal of Linguistics], vol. 20, no. 4, pp. 56-77.
- Karpukhina T.P., 2006. *Morphemic repetition in English fiction in the Light of the General Aesthetic Game Theory*. Khabarovsk, DVGGU Publ. 392 p.
- Kuracheva V.V., 2006. Effective Self-Presentation of Company. *Upravlenie razvitiem personala*, no. 2, pp. 136-142.
- Labunskaya V.A., 2005. Person's Life: Self-Presentation and Attitude to Outer I. *Subyekt, lichnost i psikhologiya chelovecheskogo bytiya. Seriya: Trudy instituta psikhologii RAN*. Moscow, In-t psikhologii RAN Publ., pp. 235-258.
- Olyanich A.V., 2007. *Presentational Theory of Discourse*. Moscow, Gnozis Publ. 407 p.
- Plotnikova S.N., 2010. The Notion of Game in the Perspective of Worlds' Plurality: a Discourse Approach. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, no. 1, pp. 139-147.
- Plotnikova S.N., 2015. Discourse Technologies and Their Role in the Construction of Social World. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [MSLU Bulletin. The Humanities], no. 714, pp. 72-83.
- Pocheptsov G.G., 2001. *Theory of Communication*. Moscow, Vakler Publ. 649 p.
- Huizinga J., 2003. *Homo Ludens*. Moscow, Iris Press. 496 p.
- Sheygal E.I., Ivanova Yu.M., 2008. Game-and-Play Discourse: Game as a Communicative Event. *Izvestiya Rossiyskoy Akademii nauk. Seriya literatury i yazyka* [Bulletin of the Russian Academy of Sciences: Studies in Literature and Language], vol. 67, no. 1, pp. 3-20.
- Bauman R., 1977. *Verbal Art as Performance*. Rowley, MA, Newbury House. 149 p.
- Bauman R., 2011. Commentary: foundation of performance. *Journal of Sociolinguistics*, vol. 15, no. 5, pp. 707-720.
- Bell A., Gibson A., 2011. Staging Language: An Introduction to the Sociolinguistics of Performance. *Journal of Sociolinguistics*, vol. 15, no. 5, pp. 555-572.
- Carpenter S., Kanver D., Timmons R., 2017. It's about me: a study of journalists' self-presentation of their visual and verbal selves. *Journalism Practice*, vol. 11, no. 10, pp. 1246-1266.
- Edwards D., 1997. *Discourse and Cognition*. London, Sage. 368 p.
- Fairclough N., 1996. Technologisation of discourse. *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. New York, Routledge, pp. 143-159.
- Goffman E., 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York, Doubleday. 259 p.
- Goffman E., 1967. *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behavior*. New York, Doubleday Anchor Books. 270 p.
- Goffman E., 1969. *Strategic Interaction*. Philadelphia, University of Philadelphia Press. 160 p.
- Goffman E., 1971. *Relations in Public. Microstudies of the Public Order*. New York, Harper & Row. 423 p.
- Johnstone B., 2018. *Discourse Analysis*. Hoboken; New York, John Wiley & Sons. 304 p.
- Minsky M., 1980. A framework for representing knowledge. *Frame Conceptions and Text Understanding*. Berlin, Walter de Gruyter, pp. 3-25.
- Saville-Troike M., 2003. *The Ethnography of Communication*. Oxford, Blackwell. 325 p.
- Schank R., Abelson R., 1977. *Scripts, Plans, Goals and Understanding. An Inquiry into Human Knowledge Structures*. Hillsdale; New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates. 256 p.
- Schechner R., 2004. *Performance Theory*. London; New York, Routledge. 432 p.
- Schechner R., 2013. *Performance Studies*. London; New York, Routledge. 363 p.
- Stucky N., Wimmer C., 2002. *Teaching Performance Studies*. Carbondale, Southern Illinois University Press. 290 p.

Information about the Author

Svetlana N. Plotnikova, Doctor of Sciences (Philology), Professor of Department of English Philology, Irkutsk State University, Lenina St., 8, 664025 Irkutsk, Russia, snplotn@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3595-6857>

Информация об авторе

Светлана Николаевна Плотникова, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Иркутский государственный университет, ул. Ленина, 8, 664025 г. Иркутск, Россия, snplotn@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3595-6857>