

воззренческого культурно-языкового феномена, уровнем стертости внутренней формы фразеологизмов, уровнем интеллектуальной и образовательной информированности носителей языка.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что именно понимание объемности и многоаспектности таких сложных культурно-языковых явлений, как загадка и фразеологизм, приводит исследователя к необходимости применения в работе комплексного анализа. Кроме того, задействование системы собственно лингвистических и культурно-философских методов дает возможность получения действительно всесторонне объективных и точных практических результатов, что, безусловно, уточняет тематическую классификацию загадок и фразеологических единиц, а также проливает свет на некоторые аспекты их возникновения, развития и функционирования языка.

### Литература

1. Демський М.Т. Переміологія. Українська мова: Енциклопедія. Київ. : Либідь, 2000.
2. Лановик З., Лановик М. Українська усна народна творчість. Київ. : Знання-Прес., 2001.
3. Митрофанова В.В. Русские народные сказки. М.: Наука, 1984.
4. Новый энциклопедический словарь. М. : Большая рос. энцикл., 2000.
5. Пермяков Г.Л. От поговорки до сказки. М. : Наука, 1970.
6. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры. М. : Академ. проект, 2001.
7. Телия В. Н. Фразеологизмы // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1989.
8. Ужченко В.Д. Фразеологія сучасної української мови : посібник для вузів. Луганськ : Альма-Матер, 2005.
9. Скрипник Л.Г. Фразеологія української мови. Київ. : Наук. думка, 1973.

### *Issues of research of phraseology and paremies in the modern linguistics*

*There are considered the issues, methodology and main directions of research of phraseology and paremiology in the modern linguistics. In the focus there is the methodology of complex analysis of such specific language phenomena as a phraseological unit and a riddle. There are characterized the culturological, linguopragmatic and structural approaches to research of precedent phenomena and texts of culture.*

*Key words: phraseology, paremy, lexical and semantic meaning, structural and semantic analysis, content analysis, discourse analysis, conceptual approach.*

**И.Г. СИДОРОВА**  
(Волгоград)

### СПОСОБЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

*Освещена проблема личностного позиционирования в рамках коммуникативных жанров персонального интернет-дискурса. На примере функционирования жанра «социальная сеть» показано, как происходит формирование образа интернет-личности, целями которой являются самовыражение и самопрезентация.*

Ключевые слова: интернет-дискурс, коммуникативный жанр, интернет-личность, социальная сеть, аккаунт, персональная интернет-страница, интернет-статус.

Глобальный интерес к феноменам интернет-коммуникации, получившим сегодня истинно экзистенциальную значимость, привел к объективно необходимому лингвистическому упорядочению и исследованию явления интернет-коммуникации как объекта специального рассмотрения. Одним из важных в этом отношении направлений является вопрос об особенностях самовыражения и социального позиционирования интернет-личности, поскольку он развивает известные положения языкознания о роли автора в коммуникативной ситуации и особенностях его речевой экспликации. В предлагаемой статье вслед за Л.Ю. Шипициной и Е.И. Горошко применяется жанровый подход к проблеме выделения и описания коммуникативных действий личности, а также формирования ее образа в интернет-пространстве.

Жанровая система интернет-коммуникации в силу ее молодости сложна и неоднородна, наблюдаются различные подходы к классификации жанровых форматов персонального дискурса интернет-коммуникации. По мнению исследователей, базовыми жанрами персонального дискурса Интернета являются блог, сетевой журнал, персональный сайт и социальная сеть, т.к. с их помощью человек реализует свои основные коммуникативные потребности – в общении и самовыражении [4, с. 223]. В рамках указанных коммуникативных жанров каждый участник интернет-коммуникации стремится создать собственный, уникальный «образ личности»,

которая наделяется чертами индивидуальности автора и одновременно желаемыми нереальными характеристиками. Таким образом, в интернет-дискурсе происходит формирование образа интернет-личности.

В процессе взаимодействия личности с другими пользователями в интернет-среде в ее поведении в большинстве случаев обнаруживается стремление показать себя с лучшей стороны, предстать в выгодном свете, акцентируя внимание партнеров по коммуникации именно на тех своих чертах и качествах, которые человек считает или хочет считать своими достоинствами [2, с. 31]. Исключением служат примеры нейтральной подачи личной информации (возможно, объяснением могут выступать спешка, нехватка времени или желания придумывать оригинальное описание, выражающее индивидуальность автора). Именно поэтому самопрезентация и самовыражение интернет-личности осуществляются в определенных жанровых форматах электронной коммуникации – гипертекстах, представляющих собой особую форму сплетения информационных текстов, которые могут быть представлены как традиционным текстом, так и аудио- и видеофайлами.

Следует согласиться с Л.Ф. Компанцевой, которая утверждает, что «все личностные проявления в Интернете, самоидентификации, стратегии и тактики поведения представлены через гипертекст» [1, с. 112]. Самым популярным гипертекстовым образованием в системе коммуникативных жанров персонального интернет-дискурса является социальная сеть.

Социальная сеть – это многофункциональная гипертекстовая веб-страница, позволяющая представлять данные о себе, создавать списки друзей и просматривать их списки [5]. Социальные сети как особый жанр персонального дискурса сочетают в себе черты сетевых сообществ, форумов и ICQ. Таким образом, социальные сети объединяют в себе функцию самопрезентации, а также синхронной и асинхронной групповой и персональной коммуникации. Материалом данного исследования послужили тексты персональных аккаунтов социальных сетей «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook, которые пользуются большим спросом у пользователей русскоязычного и англоязычного интернет-пространства.

Личностное позиционирование является особой коммуникативно-прагматической целью на пути самовыражения и самопрезентации личности в интернет-пространстве (S. Herring, K. Crowston, M. Willams, E. Goff-

man, А.В. Олянич, Л.Ф. Компанцева, Л.Ю. Шипицина, Е.И. Горошко, О.В. Лутовинова). Гипертекст аккаунтов в социальных сетях полностью подчинен сверхзадаче личностного самовыражения: его рамочная конструкция позволяет максимально эксплицировать заданный прагматический объем в отдельных блоках личной страницы, которая имеет общую для всех структуру: фото пользователя, имя профиля (данный блок может содержать как достоверную информацию о пользователе, так и вымышленную), статус, блок-анкета, различные фото- и видеоальбомы, поле комментариев. Среди особенностей жанра «социальная сеть» как особого типа текста можно выделить информационную плотность текстового пространства каждого из перечисленных блоков, которая по-разному представлена в рассмотренных социальных сетях, а также распределение характерных функционирующих блоков на главной странице профиля.

Представляется логичным, что задача личностного позиционирования как проблема самопрезентации личности в интернет-пространстве находит решение в анализе коммуникативных тактик интернет-пользователей, которые успешно реализуются во всех гипертекстовых блоках рассмотренного жанра. Концепция коммуникативных жанров Веб 2.0 особым образом сориентировала личность на поиск и самовыражение не только за счет подачи личной информации, носящей, скорее, анкетный характер, но и за счет ее коммуникативного поведения, мотивирующего участников интернет-общения к выражению определенных ответных реакций (например, одобрение/неодобрение). Именно поэтому базовой функциональной единицей гипертекста аккаунтов социальной сети предлагается рассматривать его структурную единицу – блок «Статус». Этот информационный блок, предназначенный для самоописания, предлагает интернет-пользователям вербальными знаками раскрыть себя, не только используя яркие и выразительные лексические слова и обороты, но и предоставляя информацию о себе, имплицитированную в различных тактических приемах (обращение, описание настроения, рассуждения о мире и мироздании, цитирование знаменитостей, а также размещение интересных и полезных интернет-ссылок).

Заполнение информационного блока «Статус», расположенного на основной странице профиля под именем самого автора, не является обязательным к заполнению, но все же становится уникальным инструментом, по-

зволяющим пользователям социальных сетей выразить актуальное социальное и профессиональное положение и мироощущение. Отмечается, что рассматриваемый блок ориентирует личность на поиск выразительных и ярких, а также лаконичных языковых средств в самопрезентации, которые сочетают в себе как вербальный компонент, так и невербальный. Например, статус пользователя

**Танюшка (Девушка) Солдата Тименюк**

из социальной сети «ВКонтакте» презентует автора с определенной жизненной проблемой (девушка ждет своего парня из армии), тем самым привлекая интерес к потенциальным пользователям, которые могут вынести одобрительную оценку:

июль, август, сентябрь, октябрь, ноябрь, декабрь, январь, февраль, март

1) 4 мар в 18:30 | Комментировать

♥150 ♥ Дней и ты рядом ♥

2) 31 янв в 13:43

Личностная позиция – *получение одобрения со стороны окружающих к конкретной жизненной ситуации* – особенно ярко эксплицируется в разнообразии знакового представления имени профиля (презентация временной социальной роли – *ДЕВУШКА СОЛДАТА*, а также определенный набор символов из текстового редактора, которые заменяют буквы в словах), актуализирующего статус, в значении которого заложен игровой подход – вычеркивание календарных месяцев.

Стоит отметить, что использование различных графических компонентов и всевозможных символических записей (ღღღ Ольга ღღღ, ♡ Валюшка ♡ ♡ Пегова ♡, ♥ღღღ Екатерина Zasyrkina ღღღ♥) в профилях и статусах характерно для русскоязычных социальных сетей. В свою очередь, в ориентированной на англоязычные страны социальной сети Facebook профили имеют более стандартную форму (First Name, Last Name, например: *Rebecca Smith, Myles Vaillancourt, Patricia Fabian*), а статусы используются для выражения конкретного состояния человека, которое может носить характер сиюминутности (восторженность – *Elizabeth Aymong: My little babies are pretty cute!!*; радость – *Elizabeth Pepin: Glorious weekend! Feeling renewed, just what the doctor ordered!*) или, наоборот, становится средством огласки личностных побед (*Myles Vaillancourt: 2013 Graduate – Bachelor of Science Degree in Production Management: Fashion and Related Industries*).

Таким образом, в текстах статусов профилей англоязычной сети личностная самопрезентация достигается в большей степени за счет использования лексических средств, а отсутствие в них графических невербальных компонентов, по сравнению с русскоязычными социальными сетями, может объясняться различиями в структуре главной страницы профиля: в русскоязычных сетях блок «Статус» отображается с основной фотографией и именем пользователя, а в англоязычной сети – в списке событий (блок «Стена»). Тем самым экспликация личностной индивидуальности в социальной сети может иметь как яркие (использование экспрессивной лексики, различных графических знаков и символов), так и нейтральные (например, перечисление определенных жизненных этапов) оттенки.

Коммуникативно-прагматическая задача информационного блока «Статус» – проявление личностных мотивов в интернет-коммуникации, обусловленной целями самопрезентации. Именно поэтому предлагается классифицировать наиболее часто встречающиеся тактики проявления личностной мотивации к самопрезентации в статусах социальных сетей: *обращение* к интернет-собеседникам, которое может иметь как нейтральный оттенок, так и призыв, а порой и вызов к решительным действиям; *описание настроения* или внутреннего состояния души; *размышления* о жизни, любви и т.д.; *использование цитат* знаменитостей; *размещение интернет-ссылок* на интересный веб-сайт. Приведем примеры упомянутых коммуникативных тактик, которые используются интернет-пользователями при заполнении блока «Статус»:

1. Статус-обращение акцентирует внимание собеседников на проблемах как самой личности, так и окружающего мира. Так, блок «Статус» может использоваться как инструмент, с помощью которого автор устанавливает индивидуальные правила коммуникации в социальной сети, например: *В друзья добавляю лишь реально знакомых людей... хоть и ценю каждого* (ВКонтакте).

Разговорный стиль и комментарий относительно положительного отношения к аудитории, используемый коммуникантом, в некоторой степени сглаживает жесткое требование (*хоть и ценю каждого*).

Уникальность интернет-коммуникации в социальной сети заключается в том, что здесь реализуются личностные установки: заявить о себе, своих победах огромному количеству интернет-пользователей. Например, по-

здравляя читателей с днем студентов, автор аккаунта идентифицирует себя как члена сообщества (*Все мы когда-то были*): *Все мы когда-то были студентами. С праздником нас!* (Facebook).

Использование статуса как возможности обращения со словами благодарности ко всем интернет-друзьям автора – наиболее частотная ситуация, т.к. подобная тактика ведения коммуникации определяет интернет-пользователя как личность, привлекающую внимание своей доброжелательностью и нарочитой «правильностью» действий, что впоследствии может служить формированию положительной оценки в интернет-общении. Например: а) *I want to thank everyone for all the well wishes!* (Facebook); б) *Дорогие мои, спасибо за поздравления!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!* (Одноклассники).

2. Статус-настроение дает описание настроения как сиюминутного порыва выражения чувств, является одной из основных тактик презентации индивидуальности интернет-личности: а) *Я СИЛЬНАЯ, СМЕЛАЯ, КРАСИВАЯ, ЖИЗНЬ НАУЧИЛА ЖИТЬ С ВЫСОКО ПОДНЯТОЙ ГОЛОВОЙ! ЖИВУ НАСТОЯЩИМ! УВЕРЕНА В БУДУЩЕМ! НАУЧИЛАСЬ НА ПРОШЛОМ* (Одноклассники); б) *Oh my God my sister is getting married tomorrow I am SO EXCITED!!! Can't wait to see all my lovely family* (Facebook).

Представленная в первом примере экспрессивность, которая выступает как маркер индивидуальности личности, выражается в используемых автором эмоционально-оценочных прилагательных (*сильная, смелая, красивая*) и однокоренных словах *жизнь, жить, живу*, вовлекающих во временную линию «прошлое–настоящее–будущее». Написание текста прописными буквами, обилие восклицательных знаков могут расцениваться как возможность привлечения внимания к личности, ее эмоциональному состоянию.

Во втором примере состояние эмоционального подъема и чувства радости за сестру, готовящуюся к свадьбе, передается конструкцией *to be excited* с усилительной частицей *so*, а использование прописных букв и восклицательных знаков пунктуации, как и в предыдущем примере, придают дополнительную эмоциональную окраску.

3. Статус-размышление предполагает тактику самопрезентации личностного отношения к миру и проблемам мироздания, привлекающую внимание интернет-пользователей и располагающую к диалогу: а) *Всё меняется. Меняется жизнь. Меня-*

*ются люди. И вроде все хорошо. Но иногда так не хватает старого. Той жизни. Тех людей...* (Вконтакте); б) *I am finding it so amazing that so many people have posted about the death of Davy Jones. Obviously so beloved and had such an impact on so many people. I hope he knew in his lifetime how special he was to us all. What a precious legacy to leave behind.* (Facebook).

Первый статус характеризует автора как рефлектирующую личность, анафорическое употребление глагола *меняться* и указательных местоимений *той, тех* реализует претензии на стилистическую маркированность текста.

Во втором примере приведены рассуждения о жизни и смерти легендарного лидера поп-группы The Monkees Дейви Джонсе. Прагматическая цель автора заключается в том, чтобы выразить свое личное мнение, дать собственную оценку (*I am finding it, I hope*) за счет использования частиц *so* и *such*, которые усиливают эмоционально-экспрессивную нагрузку в словах *so amazing, so many people, so beloved, have such an impact on, precious legacy*.

4. Статус-ссылка нередко используется для привлечения читателей к другим персональным сайтам или интернет-страницам, что делает возможность представления интернет-личности более доступной. Например:

*Мой твиттер: <http://twitter.com/makozhevnikova>*

*Мой инстаграм: <http://instagram.com/mkozhevnikova>* (Вконтакте).

Помимо перечисленных выше приемов выражения собственной индивидуальности интернет-личности, в гипертекстовом структурном блоке «Статус» также встречаются цитаты. Использование цитат известных личностей в статусах профилей становится довольно частым явлением. Такие статусы помогают авторам аккаунтов более ярко выразить свое мироощущение с помощью прецедентных высказываний. Последние, как и прецедентные имена, весьма популярны «в силу своей емкости, универсальности, семантической “концентрированности”, которая предоставляет возможность фокусного выражения заданного содержания» [3, с. 9]. Например: *Я не люблю, когда наполовину или когда прервали разговор. Я не люблю, когда стреляют в спину, я также против выстрелов в упор. Я не люблю себя, когда я трушу. Досадно мне, когда невинных бьют. Я не люблю, когда мне лезут в душу, тем бо-*

лее, когда в нее плюют... Владимир Высоцкий (Одноклассники).

Для достижения цели самопрезентации также используются высказывания близких по духу представителей шоу-бизнеса, например: *Я очень ценю тех подруг, которые ради меня нашли место в своём рабочем графике, но ещё больше я люблю тех своих подружек, которые ради меня вообще забывают о существовании своего графика. Роберт Браулт* (Одноклассники).

Однако использование прецедентных текстов в рассматриваемом блоке не стоит рассматривать как отдельный способ личностного позиционирования, т.к. эти тексты могут применяться и в перечисленных выше тактических приемах самопрезентации и носить частотный характер.

Таким образом, принимая во внимание, что в процессе самопрезентации личности в Интернете базовыми компонентами становятся структурные единицы гипертекстов социальной сети, можно говорить о том, что сверхзадача личностного самовыражения находит решение в текстовом и структурном многообразии гипертекстов коммуникативных жанров персонального дискурса. Предложенная классификация статусов жанра «социальная сеть», а также анализ содержания и прагматики блока «Статус» могут служить основой детального изучения личностного позиционирования в рамках жанров персонального дискурса сети Интернет.

## Литература

1. Компанцева Л.Ф. Дискурс-анализ украинского политического Интернета (гендерный аспект) // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 112–134.
2. Лутовинова О.В. Виртуальный дискурс как одно из направлений в исследовании киберпространства // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. : Лингвистика. 2009. №1. С. 26–32.
3. Митягина В.А. Семантика прецедентного имени в тексте авторского путеводителя // Лексикология и фразеология: актуальные проблемы и решения. Вестник МГЛУ, 19 (625). Сер. «Языкознание». Ч. 2. М.: ИПК «Рема», 2011. С. 9–20.
4. Шипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М. : КРАСАНД, 2010.
5. Boyd D.M., Ellison N.B. Social network sites: Definition, history, and scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication. 2007. 13(1). Article 11. URL : <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.

## *Ways of positioning of the Internet personality in a social network*

*There is covered the issue of personal positioning within the communicative genres of the personal Internet discourse. Based on the example of the genre "social network" there is shown the way of formation of the Internet personality image, the goals of which are self-expression and self-presentation.*

**Key words:** *Internet discourse, communicative genre, Internet personality, social network, account, personal Internet page, Internet status.*

