

**РАЗДЕЛ 1**  
**КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ АСПЕКТЫ**  
**ВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ:**  
**ПАРАМЕТРЫ, СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ДИСКУРСА**

**ДОКОММУНИКАТИВНЫЕ СРЕДСТВА ИМПЛИЦИТНОЙ**  
**САМОПРЕЗЕНТАЦИИ АВТОРА ПОЛИТИЧЕСКОГО БЛОГА**

**Н. Ю. Видинева**

Пензенский государственный университет

Пенза, Россия

e-mail: ya.natashavidineeva@yandex.ru

Статья посвящена анализу феномена докоммуникативной авторской самопрезентации в жанре политического блога. Среди элементов докоммуникативной самопрезентации автор анализирует никнейм, имя блога, раздел «о себе», а также визуальные элементы блога. Указанные элементы рассматриваются в аксиологическом аспекте. Делается вывод о том, что блог является расширением, проекцией личности автора во внешний мир.

Ключевые слова: имплицитность; блог; самопрезентация; аксиология.

**PRE-COMMUNICATIVE SELF-PRESENTATION TOOLS**  
**IN POLITICAL WEBLOGS**

**N. Yu. Vidineeva**

Penza State University

Penza, Russia

e-mail: ya.natashavidineeva@yandex.ru

The article concerns pre-communicative self-presentation in political weblogs. The author analyses nicknames, blog names, bio and visual components of weblogs. All the components are considered in their axiological aspect. The author concludes that a weblog is the blogger's extension in the outside world.

*Key words:* implicitness; weblog; self-presentation; axiology.

Самопрезентация является неотъемлемой частью образа автора политического блога. Самопрезентацию С. Херринг и С. Капидзич описывают следующим образом: «Считается, что самопрезентация обычно мотивирована желанием произвести благоприятное впечатление на других или такое впечатление, которое соответствует чьим-то идеалам» (*перевод здесь и далее наш – Н. В.*) [1, с. 1]. В своей работе мы опираемся на толкование самопрезентации Т. А. Кубрак. Она приводит «современное понимание самопрезентации как процесса представления себя другим, способствующего реализации цели субъекта в определенной коммуникативной ситуации» [2, с. 7]. Мы понимаем **имплицитную самопрезентацию**

в блоге как совокупность скрытых приемов, направленных на создание у реципиента авторского образа. Эти приемы, как мы полагаем, включают имплицитные способы представления основной информации об авторе (например, его социальной идентичности, роде занятий), а также способы выражения авторской аксиологической системы.

Аксиологические авторские установки Т. В. Дубровская считает неотъемлемыми компонентами образа автора: «Указание на важные жизненные ценности в контексте личного или опосредованного нарратива лежит в основе самопрезентации автора. Его жизненный опыт категоризируется в аксиологических терминах» [3, с. 135].

Целью нашего исследования явился анализ имплицитной авторской самопрезентации через такие элементы блога как никнейм, имя блога, раздел «о себе», а также визуальные элементы с точки зрения выражения авторской аксиологии. Материалом исследования послужили политические блоги на платформах [twitter.com](https://twitter.com), [livejournal.com](https://livejournal.com), [tumblr.com](https://tumblr.com), [zen.yandex.ru](https://zen.yandex.ru).

Знакомство реципиента с автором блога начинается, как правило, не с собственно текстовых заметок, а с личной информации, которую автор пожелал указать. Такие элементы блога как имя пользователя (никнейм), название блога, аватар, раздел персональной информации, а также информация об интересах автора А. А. Калашникова и И. А. Калашников называют средствами докоммуникативной самопрезентации [4, с. 227]. Собственные аксиологические установки автор в явном или скрытом виде может транслировать с помощью данных средств.

В процессе создания блога автору необходимо в первую очередь выбрать **никнейм**, под которым он желает существовать в сети. Как отмечают А. А. Калашникова и И. А. Калашников, «никнейм несет черты реальной жизни пользователя, преломленные в духе его потребностей в сетевой среде <...> Имя пользователя как вымышленное имя, коммуникативная маска является условным щитом, за которым скрывается реальный человек» [4, с. 227-228]. И. В. Привалова выбор никнейма связывает с феноменом частичной авторской деиндивидуализации, дающей автору полную свободу действий в Сети: «Никнейм, как псевдоним для осуществления коммуникации в виртуальном пространстве, позволяет дистанцироваться от собственного имени пользователя и обеспечивает свободу коммуникативного поведения» [5, с. 31].

Наш анализ политических блогов показал, что официальные политические деятели или медийные лица, освещающие политическую повестку, стремятся в качестве никнейма указать свои реальные имя и/или фамилию либо инициалы, по которым угадывается настоящая личность ав-

тора: *JoeBiden, DavidJHarrisJr, galiamina, navalny, max\_katz, anatoliisharii, DineshDSouza, varlamov.ru*. Некоторые авторы для подтверждения своей личности используют лексемы *real, right, I am: iamjayshakur, RealCandaceO, TheRightMelissa, realDonaldTrump*. Как видим, общественные, политические и медийные лица, чья узнаваемость в Сети может привлечь аудиторию к их блогам, стремятся обозначить себя через никнейм максимально эксплицитно. Кроме того, официальные политические деятели через никнеймы идентифицируют свою принадлежность к определенному национальному или профессиональному сообществу: *MedvedevRussia, MosSobyanin, GerradBattenUK, DeAnna4Congress*. Таким способом, как мы полагаем, авторы транслируют собственную социальную идентификацию.

Пользователи, не обладающие широкой аудиторией, в качестве никнейма выбирают как предположительно настоящие имена и фамилии (*lijababaeva, alexander\_rogers, MSagara*), так и анонимные никнеймы: *putnik1, orangeful, anlazz, taxfree, sozero, yunitsa*.

**Имя блога**, как показал наш анализ, может прямо называть автора (*Joe Biden, Boris Johnson, Геннадий Гудков, Дмитрий Медведев*). Однако часть пользователей использует имя блога как дополнительный, наряду с никнеймом, прием имплицитной самоидентификации. Так, блог с именем «*армянская экономическая школа*» вместе с никнеймом *LusineMinasian* имплицитно указывает на принадлежность автора к армянской нации, транслируя и авторскую социальную идентификацию. Блог с названием «*Кац предлагает победить*» и имя пользователя *max\_katz* имплицитно указывает на авторские ценностные установки борьбы за правое дело и стремления одержать победу в этой борьбе (ценности самоактуализации и самореализации).

Авторскую аксиологическую систему можно проследить и в употреблении мультимодальных элементов, в частности, эмодзи в имени блога. С. Херринг и Э. Дайнас рассматривают эмодзи как часть группы мультимодальных средств, называемых графиками [6, с. 1]. С функциональной точки зрения, графики в целом и эмодзи в частности, как отмечают С. Херринг и Э. Дайнас, должны рассматриваться как невербальные, паравербальные или паралингвистические ключи к интерпретации текста [6, с. 4]. Эмодзи дополняют образ, наделяя его новыми чертами. Так, авторы употребляют эмодзи, изображающие флаг для имплицитного обозначения собственной принадлежности к той или иной национальной общности. Эмодзи, отличные от флагов государств, имплицитно указывают на иные ценности: христианские ценности (эмодзи христианских крестов), ценности любви (эмодзи сердца), ценности свободы (эмодзи флага ЛГБТ-сообщества).

**Раздел «о себе»** содержит информацию об интересах, деятельности и взглядах автора. Как продемонстрировал предыдущий пример, данный раздел способствует общей экспликации образа автора. Анализ показывает, что большинство авторов стремятся максимально эксплицитно рассказать о себе: они эксплицитно обозначают занимаемую должность или вид деятельности («*Senator, Vice President*»; «*Политик, преподаватель, депутат Совета депутатов Тимирязевского района*»), а также свои интересы и ценности («*Husband. Father. Lover of God & Country*»; «*Люблю Хадн Дадн, гулять, брутализм, велики, Россию, семью и друзей*»).

Еще одним важным средством докоммуникативной самопрезентации, завершающим образ автора, нам представляются визуальные компоненты блога – **аватары** и **фоновые изображения**. В качестве аватаров многие пользователи выбирают свои собственные фотографии, позволяя, таким образом, реципиенту увидеть реального человека, стоящего за блогом. Имплицитное выражение авторских ценностей осуществляется, как показывает наш анализ, в основном с помощью фоновых изображений. Авторы выражают свои утилитарные ценности, в частности, деловые ценности (ценности продвижения себя и своего товара), ценности социальной идентификации, а также мировоззренческие ценности, например, свободы личности.

Фоновые рисунки могут транслировать и эстетические ценности автора. Прибегая к определенным художественным решениям для оформления блога, автор стремится эстетизировать внешний вид своего блога. Однако мы допускаем предположение, что такие решения могут использоваться авторами и для создания обстановки уюта в блоге. Пользователь создает такое индивидуальное блогговое пространство, которое отвечает его представлениям о домашнем комфорте. В этом предположении мы опираемся на позицию Д. Бойд: «Блогеры говорят о своем блоге так, как будто это их дом <...> Несмотря на то, что любой человек имеет доступ к большинству блогов, именно чувство собственности делает блог личным пространством» [7, с. 16].

Однако, как отмечает Д. Бойд, блог является не только личным пространством: «Блогеры считают блоги своей Интернет-личностью, цифровой репрезентацией себя <...> Блогеры видят в своих блогах отражение собственных интересов и ценностей» [7, с. 16-17]. Блог для блогера, по мнению Д. Бойд, обладает свойствами телесности, материальности. Блог – это часть блогера [7, с. 18]. Мы разделяем позицию исследовательницы. С этой точки зрения мы рассматриваем блог как расширение человека вовне. Эту концепцию мы заимствуем у Г. М. Маклюэна, который писал, что «личностные и социальные последствия любого средства коммуникации – то есть любого нашего расширения вовне – вытекают из

нового масштаба, привносимого каждым таким расширением, или новой технологией, в наши дела» [8, с. 6]. Кроме того, «любое изобретение и любая технология представляют собой внешнюю проекцию, или самоампутацию, наших физических тел» [там же, с. 26].

Мы утверждаем, что блог действительно является расширением человеческой индивидуальности вовне. Блог – это не просто расположенные в обратном хронологическом порядке записи. Блог позволяет увидеть блогера, осознать его личность еще до начала чтения самих заметок: его внешность мы зачастую можем видеть на аватаре, его имя мы можем узнать из имени блога и/или никнейма. Анонимные никнеймы также являются частью виртуальной личности автора. Род занятий блогера, его дату рождения, место проживания, а также интересы и ценности мы узнаем в разделе «о себе». Всё это, как продемонстрировал анализ, отражено в блоге в основном эксплицитно. Авторские ценности, являющиеся неотъемлемой частью авторской идентичности, в имплицитном виде отражают разнообразные мультимодальные элементы: эмодзи и визуальное оформление страницы, в частности фоновые рисунки.

#### **Библиографические ссылки**

1. Herring S., Kapidzic S. Teens, gender, and self-presentation in social media [Electronic resource] // International encyclopedia of social and behavioral sciences. 2nd ed. 2015. Oxford : Elsevier. Mode of access: <https://ella.sice.indiana.edu/~herring/teens.gender.pdf> (date of access: 04.08.2020).
2. Кубрак Т. А. Интенция самопрезентации субъекта вербальной коммуникации : автореф. дис. ... канд. псих. наук. М., 2009. 26 с.
3. Дубровская Т. В. Жанр «письмо из упаковки»: дискурсивное конструирование автора и адресата [Electronic resource] // Жанры речи. 2016. №1. С. 128–136. Mode of access: <https://zhanry-rechi.sgu.ru/sites/default/files/dubrovskaya.pdf> (date of access: 04.08.2020).
4. Калашникова А. А., Калашников И. А. Прагматикон языковой личности блогера: дискурсивная маркированная личность // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. №6(62). С. 225–228.
5. Привалова И. В. Деиндивидуализация сообщений в блогосфере // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2020. №1. С. 25–35.
6. Herring S., Dainas A. R. “Nice picture comment!” Graphicons in Facebook comment threads [Electronic resource] // Proceedings of the Fiftieth Hawai’i International Conference on System Sciences (HICSS-50). 2017. Mode of access: <https://ella.sice.indiana.edu/~herring/hicss.graphicons.pdf> (date of access: 14.08.2020).
7. Boyd D. A blogger’s blog: exploring the definition of a medium [Electronic resource] // Reconstruction. 2006. №6 (4) Mode of access: <https://www.danah.org/papers/ABloggersBlog.pdf> (date of access: 03.08.2020).

8. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле. 2003. 464 с.

## **КОНЦЕПТ КАК ОСНОВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОГНИТИВНОЙ СИСТЕМЫ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ**

**Р. А. Кампаделли**

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

Гродно, Беларусь

e-mail: campadellirosalia@gmail.com

В статье рассматривается концепт как ментальная единица, образующаяся на когнитивном уровне языковой личности в результате ее взаимодействия с окружающей средой. Концепт содержит общепринятую информацию о предмете или явлении, а также коннотацию, определяемую языковой личностью, ее культурой и опытом, контекстом употребления слова.

*Ключевые слова:* концепт; концептуализация; языковая личность; языковая картина мира.

## **CONCEPT AS THE MAIN COMPONENT OF THE INFORMATION COGNITIVE SYSTEM OF LINGUISTIC IDENTITY**

**R. A. Campadelli**

Yanka Kupala State University of Grodno

Grodno, Belarus

e-mail: campadellirosalia@gmail.com

This paper analyses the idea of concept as a mental unity which originates on the mental level of linguistic identity as the result of its interaction with the surrounding environment. Concept refers to generally accepted information about objects or phenomena, as well as their connotations, as determined by linguistic identity, culture, experience and context of usage.

*Key words:* concept; conceptualisation; linguistic identity; language picture of the world.

Концептуализация является одним из главных познавательных процессов, происходящих в психике человека и отвечающих за получение индивидом информации и знаний о мире, а также за их хранение в человеческом сознании. Представления человека об окружающей среде организуются в виде концептов, которые являются основой языковой картины мира и результатом процесса концептуализации мира.

В отечественной лингвистике термин «концепт» (калька с лат. *conceptio* – «система, совокупность, сумма», глагол – *concipere* – «содержать; представлять себе; формулировать») [1] появился в 80-х годах XX века