

УДК 81-25
DOI 10.17223/18137083/58/14

Е. П. Бондарева, Г. В. Чистякова

*Кемеровский институт (филиал)
Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова*

Тактико-стратегический анализ виртуальных самопрезентаций

Проанализирована самопрезентация как одно из текстовых посланий в интернет-коммуникации, представляемое в виде определенного набора тактик, стратегий и коммуникативных ходов. Описаны коммуникативные стратегии (конкретные речевые и ментальные действия, с помощью которых достигается цель виртуального коммуникативного послания), речевые тактики (различные способы достижения цели), а также коммуникативные ходы (инструмент реализации той или иной речевой тактики), к которым прибегают русскоговорящие и англоговорящие мужчины при создании самопрезентаций на сайтах знакомств. Кроме того, обнаружена связь между наличием свободной самопрезентации и возрастом профайлера, автора виртуальной самопрезентации. В ходе проведенного сопоставительного анализа языкового материала удалось выявить универсальные, характерные для русского и английского языков стратегии, а также совпадения и расхождения в выборе тактических приемов и коммуникативных ходов при репрезентации определенной стратегии.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, самопрезентация, коммуникативная стратегия, речевая тактика, коммуникативный ход, профайлер.

Интенсивное развитие интернета, отмечаемое в последние десятилетия, позволило исследователям начать осмысление функционирования языка в новом живом коммуникативном пространстве. Лингвисты, обратившие свое внимание на особенности виртуального общения, в своих работах отмечают, например, такие черты интернет-коммуникации: анонимность, своеобразие протекания про-

Бондарева Евгения Петровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин Кемеровского института (филиала) Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (просп. Кузнецкий, 39, Кемерово, 650992, Россия; bondarevaep@list.ru)

Чистякова Галина Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин, декан факультета управления и бизнеса Кемеровского института (филиала) Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (просп. Кузнецкий, 39, Кемерово, 650992, Россия; galvik06@mail.ru)

ISSN 1813-7083. Сибирский филологический журнал. 2017. № 1
© Е. П. Бондарева, Г. В. Чистякова, 2017

цессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации, добровольность и желательность контактов, затрудненность эмоционального компонента общения, стремление к нетипичному, ненормативному поведению [Виноградова, 2004, с. 63]. Коммуниканты, вынужденные общаться опосредованно, через экран компьютера, имеют в своем арсенале меньший объем коммуникативных средств, что, безусловно, усложняет задачу корректного позиционирования себя – самопрезентации.

Об актуальности изучения самопрезентации впервые заговорили американские исследователи, в работах которых в качестве синонимов использовались понятия «self presentation» и «impression management». Лингвистические работы изначально базировались на трудах психологов и социологов, изучавших особенности социального самовосприятия в процессе межличностного диалога. Основоположниками обозначенного научного подхода являются Г. Блумер (H. Blumer), И. Гофман (E. Goffman), Дж. Г. Мид (G. Mead), Ч. Кули (C. Cooley). Всплеск изучения англоязычных самопрезентаций на сайтах знакомств следует относить к 90-м гг. XX в. [Ellison et al., 2006]. В это время появились первые специализированные интернет-сервисы: Match.com, MeetUp.com и др. В современной лингвистической литературе самопрезентация все чаще представляется жанром вербальной и невербальной коммуникации [Gorny, 2003; Gregori-Signes, Pennock-Speck, 2012; Gibbs et al., 2006].

Сейчас самопрезентация воплощается на разных виртуальных коммуникативных площадках (конференции, чаты, форумы, гостевые книги, блоги и т. д.). При этом особый интерес для исследования представляют сайты знакомств, где достижение главной цели коммуникации – встречи своего потенциального партнера – не представляется возможным без правильного представления себя. При этом особая «нагрузка» падает на вербальную составляющую коммуникативного сообщения, реализующую тактико-стратегические задачи говорящего.

Термины «стратегия» и «тактика» используются во многих областях современной науки: менеджмент, психология, педагогика, экономика, лингвистика. Наиболее значимой отечественной лингвистической работой, посвященной изучению стратегического планирования речи, является труд О. С. Иссерс «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи», переживший уже шесть изданий. О. С. Иссерс под стратегией понимает «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс, 2008, с. 54]. Это определение легло в основу большого количества лингвистических работ, во многом подтолкнув развитие подходов к трактовке этого термина. Так Е. В. Пономаренко приходит к выводу о том, что под стратегией следует понимать систему не только речевых, но и ментальных действий, направленных на достижение коммуникативной цели¹, что нам представляется более точным.

Достигать цели коммуникации, стратегически планируя свою речь, можно несколькими способами/путями, т. е. тактиками, и, следовательно, одна коммуникативная стратегия может реализовываться разными тактиками: так «определяется конституируемая данными тактиками стратегия» [Ланских, 2008, с. 11]. Именно тактико-стратегический анализ материала позволяет проследить, какие речевые действия говорящий считает наиболее актуальными для достижения цели коммуникативного послания. Тактика же актуализируется через коммуникативные ходы, которые следует воспринимать «в качестве инструмента реализации той или иной речевой тактики» [Иссерс, 2008, с. 117].

¹ Пономаренко Е. В. Вариативность речевых стратегий и тактик как средство повышения прагматического воздействия в английском деловом дискурсе. URL: <http://www.nop-dipo.ru/ru/node/433> (дата обращения 28.06.2015).

Объектом исследования данной работы являются самопрезентации, вербализуемые на русско- и англоязычных сайтах знакомств. Предметом – стратегии, тактики, коммуникативные ходы, призванные привлечь внимание к текстовому посланию, содержащему информацию о его составителе, для установления и поддержания дружеского неформального общения. Единицей анализа выступает фрагмент самопрезентации, в котором вербализована определенная стратегия / тактика.

Фактологической базой исследования послужили самопрезентации мужчин в возрасте от 18 лет, представленные на русскоязычных (trulolo.com, mamba.ru, mylove.ru) и англоязычных (site4dating.com, datingdirect.com, loveawake.com, friendsdatingagency.eu) сайтах знакомств. Самопрезентации собраны методом сплошной выборки в количестве 1 126 единиц, из них 580 с русскоязычных сайтов и 546 – с англоязычных.

Анализу подвергается «свободная самопрезентация» [Сальникова, 2010], т. е. часть анкеты (профайла), которую посетители сайта заполняют, самостоятельно выбирая ее тематическое наполнение и определяя набор языковых средств исходя из собственных речевых предпочтений. «Режиссируемая самопрезентация» [Там же] ограничивает свободу языкового самовыражения, предлагая готовые варианты ответов.

При сборе и обработке материала проанализировано равное количество анкет мужчин разных возрастных групп. Далее отобраны только те профайлы, в которых авторы заполнили свободную часть самопрезентации. При этом обнаружилась четкая связь между возрастом автора профайла и наличием в его анкете свободной самопрезентации.

Статистический анализ показал, что максимальную активность по размещению информации о себе на сайтах знакомств проявляют мужчины в возрасте от 31 года до 40 лет (34 % от общего количества анкет). Стабильную информативность сообщений демонстрировали как русскоязычные (39 % от общего числа анкет русскоязычных сайтов), так и англоязычные (29 % от общего числа анкет англоязычных сайтов) профайлеры обозначенной возрастной группы. Полагаем, что коммуникативная активность мужчин указанного возраста связана с острой потребностью найти партнера для совместного времяпрепровождения и/или брака, так как большая часть мужчин, которым более 30 лет, как правило, готова иметь постоянного партнера, семью и детей.

Еще одной общей чертой, проявляющейся в анкетах мужчин обоих языков, является следующая: после 61 года мужчины предпочитают оставлять о себе меньше информации (4 % от общего количества анкет). При этом русскоговорящие мужчины от 51 года и старше к свободной самопрезентации обращаются крайне редко, заполняя лишь графы режиссируемой самопрезентации, в отличие от более «говорящих» мужчин англоязычного интернета. Обнаруженная связь отсутствия свободной самопрезентации с преклонным возрастом русскоговорящих мужчин, вероятно, говорит об особенностях воспитания в советский период развития государства: о себе не говорить (или говорить мало), заботясь об интересах коллектива.

Проведенный анализ связи возраста автора анкеты и наличия в ней свободной самопрезентации позволяет заключить, что выявляемые в ходе работы коммуникативные стратегии и тактики свойственны речи мужчин от 18 до 50 (русскоязычные сайты) и от 18 до 60 (англоязычные сайты).

Тактико-стратегический анализ свободных самопрезентаций позволяет говорить о нескольких стратегиях, применяемых мужчинами при создании самопрезентации в виртуальном пространстве: «Самохарактеристика», «Характеристика адресата», «Цель поиска», «Создание образа идеальной ситуации», «Установка

на общение». Каждая из перечисленных стратегий реализуется через ряд коммуникативных тактик, вербализуемых различными языковыми средствами.

Наиболее популярна стратегия **Самохарактеристика**. Она реализуется следующими тактиками:

1. **Самооценка**, при которой эвальвации может подвергаться:

- Характер, самый частотный коммуникативный ход анализируемой тактики, ср.: *Оптимист и романтик, нежный и отзывчивый, готовый протянуть руку помощи в любую минуту дня и ночи* (6)² / *Коварен, капризен, серьёзен, беспощаден к «простоте», благосклонен к женственности* (7) / *I consider myself a classy, distinguished, romantic, passionate, witty, caring, respectful, honest and loving man. I am a man of integrity, substance and character* (3) / *My character: I'm sincere, sensitive, sweet, shy but amusing and nice* (2).

- Внешность, прежде всего тип фигуры, ср.: *Увлекаюсь спортом, хожу в зал, хорошее спортивное телосложение, это не самореклама, это описание типажа* (6) / *I take pride in my appearance and love working out and keeping in shape* (2); лицо, ср.: *Вроде как симпатичен* (1) / *Tall, dark and incredibly handsome* (4). При этом англоязычные мужчины зачастую акцентируют внимание на состоянии своего здоровья, ср.: *I am in a very good health, I have never been sick or have health problems* (5).

- Интеллектуальные способности, ср.: *Неглуп, циничен, склонен к самоиронии, возможно, со слегка завышенной самооценкой* (7) / *I'm an intelligent, mature and open minded person that really knows who he is and what he does* (2). В качестве подтверждения собственной эрудированности авторы профайлов нередко говорят о знании иностранных языков, ср.: *I can speak four languages English, Estonian, Finnish and Russian* (4). Как показывает анализ анкет, на русскоязычных сайтах знакомств данный параметр самооценки не встречается.

- Оценка материального состояния, залог финансового благополучия возможных партнерских отношений, ср.: *Есть авто, жилье и стабильный заработок* (6) / *Работаю и обеспечиваю себя сам* (1) / *I have a good and promising career and make good money* (3) / *I have a good sense of humor and I am financially stable* (3). Материальная составляющая «Самохарактеристики» наиболее актуальна для русскоязычных самопрезентантов.

- Семейные ценности, говоря о которых мужчины характеризуют свое отношение к родителям, детям и в целом к семейной жизни, ср.: *Был женат, имею сына* (1) / *Дети для мужчины, как вода для рыбы* (7) / *Самое важное в моей жизни – семья* / *I'm a pretty conservative. Abortion is wrong and I say NO! to these gay couples who want adopt a child. I don't judge them either, but that is just not right thing to do* (4) / *I have a wonderful daughter who means the world to me* (5).

2. Авторы профайлов нередко используют тактику **Оценка другим лицом**. При этом оценке подвергается, главным образом, характер автора, ср.: *Мои бывшие никогда не скажут обо мне плохо, я добрый и надежный* (7) / *People say I am an affectionate and easy going man* (2) / *Most people say I am an angel at heart. In every sense of the word....* (4).

3. Тактика **Описание стиля жизни** реализуется через упоминание об увлечениях и предпочтениях автора самопрезентации, ср.: *Умею готовить* (1) / *Увлечения: фитнес, бег, рыбалка, природа, скорость (авто-мото), кулинария!* (1) / *Предпочитаю белые рубашки... синие костюмы и черные автомобили...* (6) / *I love to walk at the beach when the sun rises and I walk a lot, maybe 7 to 9 miles a day* (3); отношении к мнению окружающих, ср.: *Самодостаточен, все за себя и о себе знаю, поэтому мнение окружающих обо мне мне не интересно вообще, парал-*

² В скобках – порядковый номер сайта, использованного для выборки иллюстративного материала (см. список источников).

лельно, что там и кто сказал, в лицо сказать не каждый осмеливается, а шептуну.... Моськи лают – караван идет! Если шепчутся за моей спиной, значит я впереди по-любому! (6); законопослушности, ср.: Не пьющий, не курящий, без криминального прошлого (7) / *I'm free of crime* (3) / *I have never been engaged in illegal activity* (4).

4. Тактика **Описание реальных фактов из жизни** используется профайлерами довольно активно, мужчины обращаются к коммуникативным ходам, говорящим о возрасте, весе, месте жительства, профессии, подробностях семейной жизни, ср.: Беженец из Донецка (7) / Не женат, есть ребенок (6) / Простой и неженатый! (6) / *My name's Mauro, I'm 41 years old. I live in province of Lucca in Italy. I'm single* (2) / *Unmarried, a bachelor degree in arts and completed bachelor degree in law* (4) / *I'm 6 ft. tall, weigh about 170 lbs., I have a 13 year old daughter named Esther and she is my world. I'm a Site manager for an Oil and gas company where I've worked for almost 20 years* (5). При этом было отмечено, что англоязычные самопрезентанты используют данную тактику намного активнее, чем их русскоязычные «коллеги», сообщая о себе очень много личной информации.

5. Тактика **Самоопределение по религиозному / национальному / расовому признаку** используется авторами самопрезентаций нечасто, что, вероятно, свидетельствует о неактуальности данной информации при самохарактеристике, ср.: Если кому интересно, то по национальности я татарин (6) / Молодой русский мужчина, совершенно местный (1) / *I am a British citizen, of Asian origin* (3) / *I'm Aztec Mexican* (3) / *I'm a single black male of 47(nearly 48) years young* (2) / *I'm a kind Christian honest romantic serious faithful single man* (4).

6. Тактика **Оценка собственного имиджа** реализуется в нескольких вариантах: наиболее популярна общая самооценка автора самопрезентации, ср.: Обычный парень со своими тараканами в голове (6) / Волшебный... на всю голову (6) / Хороший парень. Верный до безобразия, может, это мой минус (7) / *I'm a simple man who want a serious and good relation* (2); автор профайла может повышать свой имидж, ср.: Мужчина... это прежде всего поступки! И настоящего Мужчину... делает Женщина! Хочу семью и детей. Очень (1) / *I'm the greatest guy you need* (4) / *I am the best...* (3); понижать его через указание на физические недостатки, ср.: Я однорукий (6) / *I am on Social Security disability* (5), или упоминание о вредных привычках, ср.: Курю, но борюсь с этим! (1) / *I do not smoke, but I drink* (2) / *I am a recovering alcoholic!* (3).

7. Используя тактику **Предложение**, англоговорящий автор самопрезентации обещает соблюдать правовые аспекты взаимоотношений с противоположным полом, ср.: *I respect the women rights* (4); быть тактичным по отношению к женщине, ср.: *I am polite with great respect to women which means I will not ever use indecent words or suggestions* (4) / *I give as good as I get* (2) / *Important isn't what I want, important is what the opposite person desires* (3); выслушивать и уделять внимание, ср.: *I'm a good listener and will give you my full attention* (3); заботиться, ср.: *I know how to take good care of my woman if I found a sincere one in this site* (4) или просто приятно проводить время, что встречается в материале, созданном на русском и английском языках, ср.: Эй, красотка, хорошая погодка, была бы лодка...? (1) (В. Кузьмин. Эй, красотка) / *Spending time with me on the phone or in person will be rewarding* (5).

Авторы самопрезентаций активно характеризуют адресата поиска, несмотря на то, что анкета, которую заполняют посетители сайтов, имеет соответствующие графы. Популярность, важность этого фрагмента самопрезентаций позволяет выделить в качестве самостоятельной стратегию **Характеристика адресата поиска**. Для ее воплощения мужчины используют следующий набор тактических приемов:

1. **Оценка** как внешности адресата, ср.: *Ценю выдающиеся женственные формы, но в душу западают самые разные девушки (7) / Very Beautiful. Slim Body (2), так и характера, ср.: Хочу найти нежную и привлекательную девушку, которая будет делить со мной и радость и горе (6) / I hope you are kind, loving, soft, gentle, and most of all understanding (2) / She is kind, considerate, trustworthy and affectionate. She is a lot of fun to be around and likes to socialize but also enjoys her quiet time (4).*

2. **Описание стиля жизни** адресата, ср.: *Вы сильная и реализованная личность? Вы успешны и сногшибательно красивы? Вам не с кем поужинать в приличном месте? Вы еще не забыли, что такое книги, Вам одиноко вечерами и Вы умеете разговаривать и слушать? Тогда Вы та, которую я ищу... Дам еще больше, чем имеете... Пишите (1) / I'm a guy who works a lot, so, I'm looking for someone who is not crazy about work, but, keep it as a habit! (4).*

3. Тактика **Определение по религиозному / национальному / расовому признаку** оказалась важной только для англоговорящих мужчин. Она представлена двумя противоположными позициями. Для части авторов данный параметр имеет принципиальное значение, ср.: *I am looking for Filipino women for friendship as well as possible relationships (2); для других – ограничения отсутствуют, ср.: No racial or ethnical prejudice (4) / Age or color differences do not matter to me at all, as long as she loves me (5).*

4. Тактика **Повышение имиджа адресата** предполагает активное использование экспрессивной лексики, комплиментарных высказываний, ср.: *Обязательно пиши, ответ гарантирую! Я знаю, ты тут есть :)) (1) / I am not looking for a photo model nor a princess – you will be my princess (2) / I'm looking for a Genuine person (4).*

5. Тактика **Описание ожидаемых действий адресата** чаще реализуется через дескрипцию нежелательных действий возможного партнера, главным из которых выступает неискренность, ср.: *Ангелы Online были б нелюбимыми, если б не лгали (1) / I am a guy who wants a lady who can flirt but only with good intentions and not play major head games because there isn't enough time left in our lives to do that sort of thing (3) / Lies, lies and more lies. So, if I don't lie to you, I want you to be honest to me too. I won't judge you. I'm just me and you can be you (4).*

6. Параметры, реализующие тактику **Табу**, могут быть самыми разными: рост, вес, наличие детей, ср.: *Желаю познакомиться с девушкой, примерно: рост от 165 см, до 60 кг, простите, без детей, для создания семьи (6) / Someone who isn't too thin (2) / Preferable ladies ranging 40+ to 45 years of age (4).* При этом профайлеры могут также позиционировать и отсутствие ограничений, ср.: *Мне не важно, сколько ты вешишь, какие у тебя глаза и губы, главное, чтобы ты была родным моим человеком (1) / I am not judgmental of anyone I except all women who have time to get to know the real me (4).*

Актуальной для автора самопрезентации становится не собственно рассказ о себе, а **Цель поиска**, ради которой он оставил анкету на сайте знакомств. Это стратегическое решение планируется следующими тактиками.

1. Тактика **Собственно цель поиска** реализуется разными коммуникативными ходами: найти спутника жизни, ср.: *Познакомлюсь с девушкой для серьезных отношений. Хочу встретить свою вторую половинку, свою настоящую любовь (1) / Для создания семьи и воспитания ребенка (7) / I hope to find someone to spend time with and to eventually find a Life Term Partner (5); подобрать партнера на время поездки, ср.: Я любитель путешествовать, ты со мной? (7) / Aussie bloke, fresh out of Afghanistan, looking for a motorcycle pillion to accompany me through Scandinavia camping in the summer. No obligations. All you need is your passport! (2); найти новых друзей, ср.: Девчонки, пишите, если не станем мужем и женой, то друзьями точно (6) / I hope that I will find nice people to be able to make new friends and*

maybe something more (4). Больше узнать о стране, ср.: *I would like to find out more about culture and history of this country, Bulgaria* (3); совершенствовать иностранный язык, ср.: *I want fun to talk in English by correspondence and in Skype* (5) и т. д. хотят англоговорящие посетители сайтов знакомств.

2. Используя тактику **Оппозиция прошлому опыту**, автор самопрезентации обозначает цель поиска опосредованно, давая, как правило, негативную оценку прошлому опыту. Отрицательно характеризуются: опыт семейной жизни, ср.: *Был женат, в разводе, очень хочу не повторять прошлых ошибок* (7) / *Divorced. Yes, everybody makes mistakes. Second one will last forever. I have also made a few other mistakes in my life couple of years ago, but I have paid the price. More important is that I have learned my lesson* (2); прежнее отношение профайлера к партнеру, ср.: *Никогда не говорю о своих жёнщинах плохо, каждая из них дала мне много положительных эмоций, а о плохом я вспоминать не привык* (6) / *I have been the cheater and I have been cheated on. I have been the taker and also the giver. I have finally came to the point in my life where I'm ready to take all the lessons and life trials and put them all together and apply them with another* (4); образ жизни самопрезентанта, ср.: *Много работаю, встречаюсь с друзьями, возвращаться к постоянному сидению дама рядом с женой я не хочу. Я дорожю своей свободой* (1) / *I have previously in my life priority my work but now I would like to priority a lovefully and successfully relationship* (3).

Говоря о себе, мужчины описывают идеальную картину взаимоотношений с объектом поиска, что позволяет обнаружить стратегию **Создание образа идеальной ситуации**. Она воссоздается тактиками:

1. **Описание реальных жизненных ситуаций**, среди которых: возможная смена места жительства, ср.: *Люблю переезжать с места на место, в одной стране мне тесно* (7) / *I have a dream – as most of us have – I like to settle down in Thailand as I am not quite comfortable with Swedish climate* (5); описание предпочтений по проведению свободного времени, ср.: *Давай с тобой тихо сидеть вечерами в уютной гостиной до тех пор, пока мы живы* (1) / *I would like to meet a nice girl whom I can spend nice time with, chilling out, day outings around London shopping, sightseeing and sharing similar interests* (4) и т. д.

2. **Идеализированный образ совместной жизни**, когда профайлер описывает желаемое душевное состояние, ср.: *Ищу спутницу жизни, которая будет рядом и в радости, и в печали* (7) / *Незачем пытаться привлечь чье-то внимание. Нужные люди найдутся, напишут сами и мимо не пройдут* (6) / *Grow old along with me, the best is yet to be* (2) (J. Lennon. *Grow Old with Me*) / *I am one of those men who are ready to love and to be loved, for whom love of a dear family is more precious than any treasure in the world* (4) / *I am a true Romanticist. I find Romance the essence of what keeps the fire burning between two people. I DON'T want to grow old with anyone, I WANT to grow YOUNG with my partner* (5).

Целью профайлера, размещающего свои данные на сайтах знакомств, является, безусловно, не самопрезентация ради самопрезентации, а установление контакта с вероятным партнером. Вероятность контакта значительно возрастает за счет использования стратегии **Установка на общение**, реализуемой двумя основными тактиками:

1. **Установка на дальнейшее общение**, которое может иметь разный характер, ср.: *Ни к чему это не обязывает, просто общение* (6) / *Я – хороший слушатель, и с удовольствием послушаю рассказ о Вас, можно полно, можно... вкратце)))* (7) / *We can start with a chat phone call and if we think it's better to move forward we can meet* (3); и осуществляться через различные каналы связи, ср.: *Кто хочет в кино или клуб прямо сегодня – пишите* / **ОБЩЕНИЕ. ОТНОШЕНИЯ** – *мой номер 89510881014* (7) / *I'm on Facebook as James Gibbs so you can look me up and add me if you like. Hope to chat soon* (2).

2. Использование тактики **Отказ от дальнейшего общения** позволяет автору профайла изначально сокращать количество нежелательных контактов, отказ от которых может быть обусловлен разными причинами: политическими разногласиями, ср.: *Главное, чтобы женщина не рассуждала о политике, ненавижу это!* (1) / *If you voted for Obama, don't even think that I will reply to your message* (4); нежеланием женщины менять место жительства, ср.: *Ищу девушку, которая готова на переезд. Я готов подарить тебе свой дом, увидишь – это лучшее место. Жду тебя* (7) / *So if you have no intention of leaving everything behind and leaving your home country, then please don't lead me on* (5); размещением ненастоящей фотографий, ср.: *Красотки, с фото из глянца, кого вы таким способом рассчитываете зацепить? Так все плохо, что слабо выложить реальную фотку?* (7) / *IMPORTANT: I like fair play so, if you don't include a photo in your profile or if it's fake, photoshopped, over or underexposed or it has some philosophy filled cartoon, don't contact me because I will, most likely, NOT bother answering you message* (5); несовпадением жизненных принципов, ср.: *Моя жизнь – мои правила! А не нравятся мои правила – не лезь в мою жизнь!* (6) и т. д.

Анализ фактического материала показывает, что профайлеры в большинстве случаев включают в самопрезентацию сразу несколько стратегий, усиливая тем самым коммуникативную эффективность своих сообщений. Рассмотрим несколько примеров.

Пример 1. *Я красивый и умный, сексуальный и опытный, зарабатываю хорошо, хочу познакомиться с девушкой, женщиной и просто другом. Пишите, встретимся* (7). Автор анализируемого текста использовал сочетание нескольких стратегий: «Самохарактеристика» (*Я красивый и умный, сексуальный и опытный, зарабатываю хорошо*), «Цель поиска» (*хочу познакомиться с девушкой, женщиной и просто другом*), «Установка на общение» (*пишите, встретимся*).

Пример 2. *Looking for Love! Hi, I'm a 43 year old Man seeking a Woman. I live in Berger, in Vestfold, Norway – is that you? Have a look at my Select criteria and drop me an email to find out more! Also, check out my Star, Sensual and Soul descriptions – maybe we're a match made in heaven!* (5) Используемое сочетание стратегий: «Цель поиска» (*Looking for Love! / seeking a Woman*); «Самохарактеристика» (*I'm a 43 year old Man... I live in Berger, in Vestfold, Norway*); «Характеристика адресата» (*a Woman... is that you?*); «Установка на общение» (*Have a look at my Select criteria and drop me an email to find out more! Also, check out my Star, Sensual and Soul descriptions*); «Создание образа идеальной ситуации» (*maybe we're a match made in heaven!*).

Таким образом, проанализированный фактический материал позволяет сделать вывод о том, что русскоговорящие (от 18 до 50 лет) и англоговорящие мужчины (от 18 до 60 лет) используют в своих виртуальных самопрезентациях, оставленных на сайтах знакомств, пять стратегий: «Самохарактеристика», «Характеристика адресата», «Цель поиска», «Создание образа идеальной ситуации», «Установка на общение». Стратегии ранжируются в зависимости от частоты использования. Каждая стратегия реализуется определенными тактиками, в использовании которых отмечаются различия у русско- и англоговорящих пользователей сети (таблица).

Приведенные в таблице данные позволяют сделать вывод о том, что тактико-стратегические действия русско- и англоговорящих мужчин очень схожи. Единственное отличие было обнаружено в использовании тактики «Определение по религиозному / национальному / расовому признаку» (стратегия «Характеристика адресата»). Следует отметить, что схожая тактика «Самоопределение

по религиозному / национальному / расовому признаку» (стратегия «Самохарактеристика») используется русскоговорящими, а также англоговорящими мужчинами.

Использование стратегий и тактик
русско- и англоговорящими профайлерами-мужчинами
The use of strategies and tactics of Russian and English-speaking male profilers

Стратегии и тактики	Русскоговорящие профайлеры	Англоговорящие профайлеры
Самохарактеристика	54 %	56 %
самооценка	+	+
оценка другим лицом	+	+
описание стиля жизни	+	+
описание реальных фактов из жизни	+	+
самоопределение по религиозному / национальному / расовому признаку	+	+
оценка собственного имиджа	+	+
предложение	+	+
Характеристика адресата	30 %	32 %
оценка	+	+
описание стиля жизни	+	+
определение по религиозному / национальному / расовому признаку	–	+
повышение имиджа адресата	+	+
описание ожидаемых действий адресата	+	+
табу	+	+
Цель поиска	10 %	7 %
собственно цель поиска	+	+
оппозиция прошлому опыту	+	+
Создание образа идеальной ситуации	4 %	3%
описание реальных жизненных ситуаций	+	+
идеализированный образ совместной жизни	+	+
Установка на общение	2 %	2 %
установка на дальнейшее общение	+	+
отказ от дальнейшего общения	+	+

Наиболее часто пользователи сети прибегают к стратегии «Самохарактеристика» (54 % – русскоговорящие мужчины, 56 % – англоговорящие мужчины). Также значимой является стратегия «Характеристика адресата» – 30 и 32 % соответственно. К стратегии «Цель поиска» прибегают 10 % русскоговорящих мужчин и 7 % составляющих самопрезентацию на английском языке. Наименее популяр-

ными оказались стратегии «Создание образа идеальной ситуации» (4 и 3 % соответственно) и «Установка на общение» (по два процента мужчин).

Незначительные числовые отличия в частотности употребления стратегий русско- и англоговорящими профайлерами-мужчинами свидетельствует в пользу универсальности выделенных стратегий. Этноспецифика проявляется в выборе тактических приемов и коммуникативных ходов. Отсутствие/наличие и частотность использования тактик и коммуникативных ходов объясняется различиями языковых культур авторов профайлов.

Перспективы предпринятого исследования видятся в сопоставительном гендерном анализе используемых стратегий и тактик женщинами [Чистякова, Бондарева, 2014] и мужчинами, сравнительном изучении тактико-стратегических приемов профайлеров разных возрастных групп, а также разных языковых культур, подробном изучении языковых единиц, с помощью которых вербализуются виртуальные самопрезентации.

Список литературы

Виноградова Т. Ю. Специфика общения в интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. Казань: Казан. гос. ун-т, 2004. С. 63–67.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. стереотип. М.: Едиториал УРСС, 2008. 288 с.

Ланских А. В. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Урал. гос. ун-т. Екатеринбург, 2008. 22 с.

Сальникова Н. И. Типы самопрезентации в интернет-дискурсе, обусловленные фактором канала коммуникации (на материале франкоязычных сайтов) // Вестн. Иркут. гос. лингвистического ун-та. Сер. Филология. 2010. № 4. С. 123–131.

Чистякова Г. В., Бондарева Е. П. Коммуникативные стратегии и тактики в самопрезентациях (на материале русско- и англоязычных сайтов знакомств) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. № 11-2(41). С. 203–207.

Ellison N., Heino R., Gibbs J. Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment // Journal of Computer-Mediated Communication. 2006. Vol. 11, iss. 2. P. 415–441. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x/pdf> (accepted 17.08.2015).

Gibbs J., Ellison N., Heino R. Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating // Communication Research. 2006. Vol. 33, No. 2. P. 152–177. URL: <http://crx.sagepub.com> (accessed 17.04.2015).

Gorny E. The Virtual Self: Self-Presentation and Self-Knowledge on the Internet. 2003, May. URL: <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/english/self/index.html> (accessed 17.04.2015).

Gregori-Signes C., Pennock-Speck B. Digital storytelling as a genre of mediatized self-representations: an introduction // Digital Education Review. 2012? No. 22. URL: <http://greav.ub.edu/der> (accessed 17.04.2015).

Список источников

1. Единая служба знакомств и общения. URL: <http://www.mamba.ru> (дата обращения 25.06.2015).

2. Free dating site in UK. URL: <http://site4dating.com> (дата обращения 03.07.2015).

3. Free online dating site. URL: <http://www.loveawake.com> (дата обращения 04.07.2015).

4. Friends dating agency. URL: <http://www.friendsdatingagency.eu> (дата обращения 05.07.2015).
5. Meetic network website. URL: <http://www.datingdirect.com> (дата обращения 05.07.2015).
6. MyLove.Ru: Сайт знакомств. URL: <http://mylove.ru> (дата обращения 29.06.2015).
7. Trulolo: Сайт знакомств и общения. URL: <http://trulolo.com> (дата обращения 12.07.2015).

E. P. Bondareva¹, G. V. Chistyakova²

*Plekhanov Russian University of Economics, Kemerovo Branch
Kemerovo, Russian Federation*

¹ bondarevaep@list.ru, ² galvik06@mail.ru

Tactical and strategic analysis of virtual self-presentations

The article analyzes self-presentation as one of the genres of Internet communication. The analysis is presented in the form of a certain set of tactics and strategies. The authors describe strategies (definite speech and mental actions that help to reach the aim of a virtual communicative message) and tactics (different ways to achieve the aim) that are used by Russian-speaking and English-speaking men while creating their self-presentations on dating sites. The researchers have found the connection between the age of a profiler and presence of «free self-presentation». They identify communicative strategies universal and typical for both languages and describe coincidences and differences in the choice of tactical devices used for implementation of certain strategies.

Keywords: Internet-communication, self-presentation, communicative strategy, communicative tactics, profiler.

DOI 10.17223/18137083/58/14

References

- Vinogradova T. Yu. Spetsifika obshcheniya v internete [Specific character of the Internet communication]. In: *Russkaya i sopostavitel'naya filologiya: Lingvokul'turologicheskiy aspekt* [Russian and Comparative Philology: Linguistic and Cultural Aspect]. Kazan, Kazan State Univ., 2004, pp. 63–67.
- Issers O. S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communication strategies and tactics of the Russian language]. Moscow, Editorial URSS, 2008, 288 p.
- Lanskikh A. V. *Rechevoe povedenie uchastnikov realiti-shou: kommunikativnye strategii i taktiki* [Speech behavior of reality show members: communication strategies and tactics]. Abstract of Philol. Cand. Diss. Ekaterinburg, 2008.
- Sal'nikova N. I. *Tipy samoprezentatsii v internet-diskurse, obuslovlennye faktorom kanala kommunikatsii (na materiale frankoyazychnykh saytov)* [Types of self-presentation in online discourse dependent on communication channel factor (based on the French-speaking sites)]. Bulletin of Irkutsk State Linguistic Univ. Series Philology. 2010, no. 4, pp. 123–131.
- Chistyakova G. V., Bondareva E. P. Kommunikativnye strategii i taktiki v samoprezentatsiyakh (na materiale russko- i angloyazychnykh saytov znakovstv) [Communicative strategies and tactics in self-presentations (by the material of Russian and English dating sites)]. *Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*. 2014, no. 11-2 (41), pp. 203–207.
- Ellison N., Heino R., Gibbs J. Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2006, vol. 11, iss. 2, pp. 415–441. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x/pdf> (accessed 17.08.2015).

Gibbs J., Ellison N., Heino R. Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*. 2006, vol. 33, 2, pp. 152–177. URL: <http://crx.sagepub.com> (accessed 17.04.2015).

Gorny E. *The Virtual Self: Self-presentation and self-knowledge on the Internet*. London, Goldsmiths College, Univ. of London, 2003. URL: <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/english/self/index.html> (accessed 17.04.2015).

Gregori-Signes C., Pennock-Speck B. Digital storytelling as a genre of mediatized self-representations: an introduction. *Digital Education Review*. 2012, no. 22. URL: <http://greav.ub.edu/der> (accessed 17.04.2015).

List of sources

Edinaya sluzhba znakomstv i obshcheniya [Dating and communication site]. URL: <http://www.mamba.ru> (accessed 25.06.15).

Free dating site in UK. URL: <http://site4dating.com> (accessed 03.07.15).

Free online dating site. URL: <http://www.loveawake.com> (accessed 04.07.15).

Friends dating agency. URL: <http://www.friendsdatingagency.eu> (accessed 05.07.15).

Meetic network website. URL: <http://www.datingdirect.com> (accessed 05.07.15).

MyLove.Ru: Sayt znakomstv [MyLove.Ru: Dating Site]. URL: <http://mylove.ru> (accessed 29.06.15).

Trulolo: sayt znakomstv i obshcheniya [Trulolo: Dating and communication site]. URL: <http://trulolo.com> (accessed 12.07.15).