

## ВЫБОР ИНТЕРНЕТ-ПРОЗВИЩА КАК ТАКТИКА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Шевченко И.С., Шевченко В.О.

Подавляющее большинство современных исследований Интернет-коммуникации связаны с анализом личностной идентичности, конструирования своего Я и представления себя другим. Такое кажущееся несоответствие доминирующего места личностного аспекта в виртуальной реальности, призванной по своей сущности, быть средством передачи информации, связано с важнейшей функцией Интернет-коммуникации – быть средством самовыражения личности пользователя. Одной из тактик, реализующих избранную пользователем стратегию самопрезентации, является его Интернет-прозвище – так называемый «ник», что свидетельствует об актуальности данной исследовательской проблематики и определяет выбор Интернет-прозвища объектом анализа в данной статье, а ее предметом – самооценочность «ника» как средства самопрезентации в Интернет-дискурсе.

В качестве материала исследования послужили русскоязычные Интернет-форумы различной тематической направленности, которые можно сгруппировать в научно-технические, гуманитарные (литературные и артистические), популярные. Последняя группа оказывается наиболее размытой по тематике, поскольку предназначена для фатической метакоммуникации – («Форум друзей» и т.п.), то есть общения ради общения, разновидности виртуальной светской болтовни, не имеющей отношения к обсуждению информации, отмеченному на научно-технических и гуманитарных форумах.

Главная проблема данного анализа – выбор самопрезентации в Интернет-коммуникации и ее связь с реальной идентичностью человека – непосредственно связана с более глобальной проблемой стратегий презентации себя другим, рассматриваемой еще в трудах И. Гоффмана [Goffman]. С одной стороны, это требует обращения к проблеме идентичности, с другой – самопрезентации. В данной статье идентичность понимаем как синоним Я – концепции личности [Шевченко], как ее центральный конструкт. Самопрезентация представляет собой выражение эмоциональных и когнитивных элементов Я – концепции в дискурсивной практике (поведении) личности. Это соответствует известной проблеме психологии: соотношение Я подлинного и мнимого, социальных ролей и Я-концепции личности, Я-для-других и Я-для-себя.

В исследованиях виртуальной реальности идентичность пользователя определяется сетевыми формами связи: социальные и психологические формы

непосредственного воздействия в реальной коммуникации трансформируются в репрезентированные образы, характерные для виртуальной коммуникации. Хотя изучение человека в информационном социуме только начинается, уже достигнуты определенные результаты представителями социологии, психологии и других наук. В частности, отмечена «разорванность двух разных миров – реального социального бытия и бытия информационного» [ ]. Если первый объективен и структурирован, служит источником самокатегоризации человека как социального объекта (выделяются такие социально-демографические параметры личности как пол, возраст, национальность, профессиональная принадлежность, место жительства и т.п.), то второй, информационный мир, оказывается теоретически не ограничен рамками реальности и представляет широкие возможности для выражения Я-концепции, переживаемого Я-для-себя. Тем самым через самовыражение в виртуальном мире личность осмысливает, конструирует себя, формирует представление о себе в виртуальном пространстве. Это позволяет человеку быть субъектом не только реального, но и виртуального мира, а исследователю-лингвисту (как и представителям смежных наук) дает возможность глубже понять личность через ее дискурсивные практики в виртуальной коммуникации.

В последние годы исследования языкового аспекта Интернет-коммуникации все больше привлекает внимание лингвистов. На данном этапе большинство работ посвящено анализу языка Интернет-текстов, специфике текстового конструирования, однако, вопросы языковой личности пользователя Интернета и, в частности, стратегий самопрезентации, еще ждут исследования. Поиск идентичности в новой информационной эре способствует решению более глобальной задачи, поставленной еще Э. Фроммом о связи типов идентичности личности с характеристиками социума.

По нашим данным, презентация себя в Интернет-коммуникации может быть двух разновидностей: эксплицитная, максимально соответствующая реальности презентация, имеющая целью достаточно полно раскрыть свои положительные качества (прежде всего профессиональные) с целью получения желаемой работы, карьерного роста и т.п. Такая самопрезентация представлена в виде резюме, CV и т.п. В этом случае идентичность (Я-концепция, Я-для-себя) максимально совпадает с социальной ролью (ролями) личности, с представлением Я-для-других.

Другой разновидностью самопрезентации в виртуальной среде является имплицитное сообщение своих данных, выражение скрытой идентичности, что совпадает с Я-для-себя, но может не совпадать с социальной ролью (ролями) человека. В Интернет-коммуникации такая дискурсивная практика наиболее полно представлена на форумах: потенциальная множественность виртуальной идентичности пользователя оказывается тем привлекательным моментом, который обеспечивает пользователям необходимый психологический комфорт в не-сенсорном общении и становится сущностью нового канона Интернет-коммуникации.

Последнее качество – потенциальная множественность идентичностей – характерна для периода постмодернизма в целом (ср. постмодернистские

формулы «человек и его эго – две большие разницы» и т.п.). С начала 70-х годов XX века в науке утвердилось разделение идентичности на социальную и персональную, однозначную и многозначную, однако именно Интернет-коммуникация делает эту идею особенно актуальной.

В Интернет-коммуникации обнаруживается ее влияние на реальную идентичность. Во-первых, в Интернете существуют много сообществ – форумов, чатов, телеконференций и пр., которые предоставляют новые возможности для пользователя причислить себя к той или иной социальной категории, приписать себе ту или иную социальную роль. Во-вторых, анонимность Интернет-коммуникации порождает возможность экспериментов и конструирования собственной идентичности. Фактически, анонимность виртуальной среды стимулирует пользователя Интернета к созданию *сетевой идентичности*, которая отличалась бы от его *реальной идентичности*.

Как показывает проведенное исследование, выбор Интернет-прозвища как одна из тактик самопрезентации в виртуальном мире зависит от типа и характера виртуального сообщества. Специфика виртуального сообщества определяет важность демонстрации той или иной социальной роли пользователя Интернета. Так, научно-технические форумы предъявляют высокие требования к уровню осведомленности в специальных вопросах, в то время как гуманитарные и метакоммуникативные форумы не предъявляют таких требований.

По полученным данным, в обнаруженных «никах» уровень специальной осведомленности на научно-технических сайтах проявляется в подавляющем большинстве (более, чем 90%) примеров. В частности, в виде «ника» используются прямые названия механизмов, приборов, автомобилей и т.п.: =DGN=, st83, xc538, Lexus, Scooter, PSV, SND-n, Megavolt и т.п.

В отличие от научно-технических виртуальных сообществ, гуманитарные форумы характеризуются «никами», удовлетворяющими тактики позитивной вежливости (вежливости сближения) – «Демонстрируй принадлежность к группе» путем эксплуатации намеков, аллюзий, ассоциаций с теми или иными артефактами культуры, имеющими личностное и социальное значение для пользователя и Интернет-группы в целом. Обнаруженные прозвища на «Форуме друзей» как правило характеризуют личностно-психологические особенности пользователя. Это «ники», написаны как латиницей, так и кириллицей, типа *Боцман*, *Пятый элемент*, вымышленные имена личные и прозвища: *Sergo*, *Germanovna*, саморепрезентации в виде *Virus*, *Banner*, написанные латиницей русские слова *Knopa*, демонстрация своей принадлежности к артистической среде – *Art*, *Neo*, *Frod* (возможно, искаженное от персонажа Р. Толкиена) и пр.

Благодаря своим тематическим особенностям форум «Русская литература. Фантастика» оказался наиболее соответствующим эксплицитной саморепрезентации: обнаружены «ники» в виде имен личных собственных, как на русском, так и на украинском языках: *Наташа*, *Андрій*, а также использование фамилий известных авторов фантастов – *Дяченко* (приведено с авторской орфографией).

Самопрезентация в виртуальном сообществе раскрывает также и личностные особенности пользователя Интернет. Как показывает выборка, много «никнов» демонстрируют стремление выразиться по-английски, ограниченное реальными возможностями пользователя: в авторской орфографии они имеют вид *Barabaas, Konkere, sherif, Mehanik, Awizard, Mr. Kazakoof, Jenie*.

По нашим данным, число «смайликов» в виде Интернет-прозвищ оказалось на удивление низким: обнаружено только :—/.

Среди «никнов» форумов «Немного Звукотехники», «Наука, техника», IXBT.com, привлекает внимание чувство юмора посетителей: *tipchik, DARK Abbat, Metaleater*, а также окказонализмы, вполне соответствующие нормам английского языка: *IDIOD, Ремонт-NIK, Maniac\_inc.*, созданные как результат блендинга двух когнитивных пространств, причем во втором случае – разноязычных.

Приведенные данные демонстрируют значимость принадлежности пользователя Интернет определенным сетевым сообществам для выбора стратегии самопрезентации. Среди них обнаружены как позитивная/нейтральная самопрезентация, так и эпатажная самопрезентация, которая представлена в «никах», намеренно противопоставляющих пользователя виртуальному сообществу, содержащих семы девиантного конфликтного поведения: *Kompros, Purgatory, Продукт Распада*. С точки зрения психологи, эпатажная самоидентификация служит средством преодоления неопределенной идентичности, когда человек предпочитает продемонстрировать негативную социальную идентичность, чем быть «ником». Немаловажным объяснением выбора таких стратегий самопрезентации служит и анонимность, безопасность виртуального общения, приводящая к определенной «мнимой» вседозволенности.

В заключение следует отметить, что создание сетевой идентичности, отличающейся от реальной, проявляется в различных стратегиях самопрезентации и демонстрирует сплав дискриптивной и оценочной информации, причем оба типа информации оказываются равно значимыми. Как положительная, так и отрицательная самооценка позволяет пользователю реализовать скрытые аспекты его Я и создать сетевую идентичность по своему выбору.

Поднятая проблема представляется перспективной для анализа различных стратегий самопрезентации как в эксплицитном, так и в имплицитном представлении себя в Интернет-дискурсе.

Литература:

1. Goffman E. Interactional ritual: essays on face to face behavior.— N.Y.: Anchor/ Doubleday, 1967.
2. Шевченко І.С. Прагматичні прояви Я-концепції мовця у дискурсі// Вісник Харків. нац. ун-ту. ім. В.Н. Каразіна. 2001.—537.—С. 11-17

#### Аннотации

В статье рассматривается самопрезентация в Интернет-дискурсе. Изучается Интернет-ник в качестве стратегии самопрезентации. Исследуется разница между идентичностью и презентацией. Также рассмотрен выбор и онтологические характеристики самопрезентации как стратегии в Интернет-дискурсе на различных тематических форумах.

Ключевые слова: дискурс, идентичность, Интернет, прозвище, самопрезентация

У статті розглядається самопрезентація у Інтернет-дискурсі. Вивчається Інтернет-нік у якості стратегії само презентації. Досліджується різниця між ідентичністю та презентацією. Також розглядається вибір та онтологічні характеристики самопрезентації як стратегії у Інтернет-дискурсі на різних тематичних форумах.

Ключові слова: дискурс, ідентичність, Інтернет, прізвисько, самопрезентація,

The paper deals with presentation of self in the Internet-discourse. Internet-nick as a strategy of selfpresentation has been analyzed. The difference between identity and presentation is singled out. The choice of and onthological characteristics of nicks as a strategy of selfpresentation in the Internet-discourse of different topical forums is investigated.

Key words: discourse, identity, Internet, nick, selfpresentation

Сведения об авторе:

Шевченко Ирина Семеновна, доктор филологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой делового иностранного языка и перевода Харьковского  
национального университета им. В.Н. Каразина

Пр. Л. Свободы, 39-Б, кв. 28, г. Харьков, 61202

e-mail: [ishev7@rambler.ru](mailto:ishev7@rambler.ru)

Шевченко Вадим Олегович, Харьковский национальный университет им. В.Н.  
Каразина, аспирант