

Научная статья

УДК 811'111

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.15203>



ПРОФЕССИОНАЛ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ: СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИИ ОБРАЗА

С.В. Иванова  

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

 svet_victoria@mail.ru

Аннотация. В центре исследования коммуникативное поведение профессиональной личности в пространстве социальных сетей, в результате которого создается ее образ. Работа базируется на понимании того, что в цифровой среде языковая личность трансформируется в цифровую коммуникативную личность, которая может конструировать свой образ или идентичность в зависимости от прагматики коммуникации, учитывая специфику той или иной платформы. Цель исследования – определение сложившихся коммуникативных стратегий, которые используются профессиональной личностью для выстраивания своего образа, – требует выделения тех сторон профессиональной личности, которые приоритизируются профессионалами в сетевой коммуникации. Соответственно, исследование предполагает ответы на вопросы о том, каковы стратегии конструирования образа или его трансформации и какие лингвосомиотические инструменты используются для этого. Материалом исследования послужили аккаунты пользователей социальных сетей, представляющих профессиональное сообщество преподавателей российских вузов. Методологический инструментарий охватывает методы наблюдения, контекстуального, коммуникативно-прагматического и семиотического анализа. Выделяются пять стратегий создания образа профессионала на разных уровнях формирования сообщения – на коммуникативном уровне это стратегия информирования, на прагматическом уровне задействована стратегия персонализации, на метапрагматическом уровне – стратегия самопрезентации или самопродвижения, на уровне имплементации текстового сообщения – нарративизация и на инструментальном уровне – мультимодальность.

Ключевые слова: цифровое пространство, социальные сети, коммуникативная стратегия, прагматическая стратегия, мультимодальность, конструирование образа.

Для цитирования: Иванова С.В. Профессионал в цифровом пространстве: стратегии создания и трансформации образа // Terra Linguistica. 2024. Т. 15. № 2. С. 36–44. DOI: 10.18721/JHSS.15203

Research article

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.15203>

A PROFESSIONAL IN DIGITAL SPACE: STRATEGIES OF CREATING AND TRANSFORMING THE IMAGE

S.V. Ivanova 

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation

 svet_victoria@mail.ru

Abstract. The focus of the study is the communicative behavior of a professional personality within social networks, as a result of which an image of a professional is created. The work is based on the understanding that in the digital environment, a linguistic personality is transformed into a digital communicative personality that can choose an image or identity depending on the pragmatics of communication and the specificity of a particular platform. The purpose of the study is to determine the communicative strategies with the help of which a professional creates their image. It involves highlighting those aspects of a professional personality that are prioritized by professionals in network communication, which involves answering questions about how they build their image or transform it if necessary and in what ways, what tools are used for this. The research material encompasses accounts of social network users representing a professional community of Russian universities lecturers. The methodological tools include methods of observation, contextual, communicative-pragmatic and semiotic analysis. Four strategies for creating the image of a professional are identified at different levels of post formation: an information strategy at the communicative level, the personalization strategy at the pragmatic level, the strategy of self-presentation or self-promotion at the metapragmatic level, narrativization at the level of text implementation and multimodality at the instrumental level.

Keywords: digital space, social networks, communicative strategy, pragmatic strategy, multimodality, image construction.

Citation: Ivanova S.V., A professional in digital space: strategies of creating and transforming the image, *Terra Linguistica*, 15 (2) (2024) 36–44. DOI: 10.18721/JHSS.15203

Введение: постановка проблемы и методология исследования

Цифровизация, набравшая невиданные обороты, характеризуется глобальностью по многим параметрам – по географии, по охвату жизненных сфер, задействованных участников и используемых ресурсов. Одной из таких сфер, которая испытала и испытывает крупномасштабное трансформирующее воздействие цифровизации, является человеческая коммуникация. В данной работе хотелось бы остановиться на особенностях сетевого общения и поведения профессиональной личности в этом сегменте цифровой среды.

Есть все основания говорить о двуединстве процессов, характеризующих сетевое общение. С одной стороны, цифровое пространство формирует различные проекции языковой личности, поскольку интегрирует на единой платформе разносторонние социальные связи человека. Разнообразие коммуникативных характеристик адресатов и отношений между адресантом и адресатами требует от участника сетевого общения владения различными коммуникативными практиками. Но, с другой стороны, языковая личность учится пользоваться возможностями цифрового пространства, приспособлявая его под свои коммуникативные потребности. В результате на интернет-просторах человек говорящий перевоплощается в человека цифрового, виртуального, в образе которого отражаются разные ипостаси человека реального. Таким образом, в пространстве цифровой среды коммуникативная личность трансформируется в цифровую личность, которая может выбирать образ или идентичность в зависимости от своих целей и своего предвосхищения ожиданий принимающей аудитории, то есть от прагматики и метапрагматики коммуникации. По сути, анализ конструируемых участниками сетевого общения или уже созданных ими образов

в цифровом пространстве демонстрирует, что в разных ситуациях цифрового взаимодействия на первый план выходит или позиционируется та или иная грань личности.

Наблюдения над практикой сетевого общения показывают, что коммуникативная личность не только стремится оставить цифровой след, но и целенаправленно создает, а если говорить точнее – конструирует тот или иной образ, а подчас и разные образы. В связи с этим телеологический вектор данного исследования задан вопросом: при помощи каких коммуникативных инструментов выстраивает свой профессиональный образ российский вузовский преподаватель-гуманитарий в сетевой коммуникации, то есть речь идет о коммуникативных стратегиях выстраивания такого образа; о лингвосемиотических инструментах имплементации данных стратегий или данной стратегии; о том, что приоритизируется в этом образе, что уходит на второй план, каковы возможные подтипы профессионального образа, если таковые имеются.

Материалом исследования послужили публичные индивидуальные посты в аккаунтах российских вузовских преподавателей в социальных сетях за период с начала пандемии (март 2020 г.), когда по понятным причинам цифровая активность набрала невиданные до того обороты. Методологически поставленные задачи решаются за счет проведения контекстуального, семиотического и коммуникативно-прагматического типов анализа. Семиотический анализ используется при интерпретации используемых в сообщениях знаков, в том числе и визуальных. Контекстуальный анализ направлен на выявление контекстуальных значений, задействованных в цифровых сообщениях вербальных и невербальных знаков. При этом контекст предстает «как экстралингвистическое окружение целого текста, создающее его прагматическую и социокультурную релевантность» [1, с. 83; 2, с. 699]. Соответственно, при анализе учитывается результат семантизации конвенциональной языковой единицы, продиктованный ее ситуативной обусловленностью [1, с. 83–84]. Коммуникативно-прагматический анализ, раскрывающий свойства языковой единицы в сложной структуре человеческой коммуникации [3, с. 99], позволяет определить особенности употребления языка в зависимости от коммуникативной ситуации и поведения субъекта, исходя из коммуникативной ситуации, а также цели или намерений субъекта коммуникации [4, с. 68]. Важным методологическим ракурсом данной работы является внимание к метапрагматическому аспекту текста, отвечающему за воссоздание на основе рефлексии прагматической антиципации реципиента субъектом коммуникации [5, с. 110]. Наконец, в работе используется нарративный анализ, направленный на воссоздание отношений между субъектом, временем и местом, которые организуют нарративное осмысление мира [6, с. 92]. Необходимость нарративного анализа вызвана тем, что он «позволяет выявлять устойчивые и изменчивые коллективные представления, определять социально одобряемые и неприемлемые варианты позиционирования в социальных иерархиях» [7].

Структура работы включает теоретические основания исследования, раскрывающие в целом особенности коммуникации в цифровой среде, далее предлагается проведенное с привлечением коммуникативно-прагматического и нарративного анализа обращение к коммуникативным стратегиям и практикам, нацеленным на конструирование образа профессионала, рассматриваются семиотические инструменты этого конструирования и подводятся итоги.

Теоретические предпосылки исследования

Прежде чем приступить к рассмотрению стратегий, используемых для построения образа профессионала, необходимо кратко обрисовать особенности электронно-опосредованной, или цифровой, коммуникации, ибо ее природа во многом определяет и формирует коммуникативное поведение «диджитала», то есть человека цифрового, или цифрового коммуниканта.

Размышления о форме электронно-опосредованной коммуникации в самом начале ее появления привели большинство лингвистов к пониманию того, что, хотя эта форма коммуникации и могла бы претендовать на самостоятельный статус, она все же является по большей

части разновидностью письменной коммуникации [8, р. 21]. Но, даже высказывая эту мысль, Д. Кристал подчеркивал, что использование языка в обычной письменной коммуникации и интернет-коммуникации имеет несомненные и яркие отличия [8, р. 7]. Более того, с течением времени стали еще более заметны те черты цифровой коммуникации, которые демонстрируют ее уникальность в плане коммуникативных и конструктивных возможностей. Во-первых, в связке «отправитель сообщения ÷ получатель сообщения» реципиент цифровой коммуникации в соц-медиа обретает множественность аналогично адресату СМИ, и, как следствие, автор поста в соц-сети вырастает в полноправного соперника средств массовой информации. Соответственно, коммуникация осуществляется по принципу «наедине со всеми». Неизбежным следствием этого стал сдвиг в понимании личного и публичного в онлайн-пространстве [9]. Граница между ними сдвинулась (публичное пространство испытывает вторжение со стороны личного: публичное становится личным, личное выносится как публичное), с одной стороны, а с другой, она стала микшированной, что отражается в цифровых коммуникативных практиках, когда, казалось бы, публичная речь начинает приобретать качества речи разговорной, свойственной для неофициального устного общения. Во-вторых, силу набирает техническая сторона: с технической точки зрения имеет место различное форматирование коммуникации — может быть регламентировано количество знаков сообщения, количество фотоизображений и т. п. В результате, испытывая формирующее воздействие технических требований, содержание также может до определенной степени модифицироваться. Более того, порой форма, то есть ее неприятие или неудобство, заставляет цифрового коммуниканта, не принимающего правила игры на той или иной цифровой площадке, покинуть непривлекательный для пользователя сегмент интернет-пространства.

Интернет, или цифровое пространство, ныне предстает в самых разных видах: блоги, социальные сети, комменты к изданиям СМИ и т. п. В настоящей работе материалом анализа послужили аккаунты членов профессионального сообщества преподавателей российских вузов в социальных сетях. Социальная сеть определяется в социологии как социальная структура, которая состоит из множества индивидуальных или коллективных агентов и соответствующего множества отношений как совокупности связей между агентами [10, с. 255]. Данные отношения и связи устанавливаются и поддерживаются посредством коммуникации, которая приобрела свои характерные черты, закрепленные в складывающихся и уже сложившихся паттернах коммуникативного поведения, что подтверждает наблюдение над задействованными вербальным и невербальным кодами.

Обсуждение результатов исследования

Такие особенности, как множественность адресата, сдвиг границ личного и публичного, наряду с техническими ресурсами интернет-платформ, на базе которых функционируют соцсети, не могли не сказаться на архитектуре коммуникации, выступающей в своем цифровом воплощении. Архитектура, то есть построение коммуникации, проявляется в использовании различных стратегий, отвечающих за планирование сообщения на разных уровнях его формирования. Представляется, что можно выделить пять типов стратегий, организующих уровни сообщения в сетевой коммуникации. Во-первых, речь идет о коммуникативной стратегии, которая в самом широком смысле обычно определяется как ориентированная на достижение коммуникативной цели (см., например, [11, с. 76]). Во-вторых, функционирует прагматическая стратегия, отвечающая за выбор модели речевого поведения, сфокусированной на достижении коммуникативной цели или намерения. В-третьих, на метапрагматическом уровне реализуется стратегия, направленная на предвосхищение того, что «происходит» в результате данного речевого акта. В-четвертых, наличествует имплементирующая стратегия, связанная с выбором способа организации текстового сообщения. И, наконец, выделяется семиотическая стратегия, которая отвечает за выбор типа или типов знаков как инструментов, позволяющих достичь все эти цели.

На уровне коммуникативной стратегии главной целью сообщений является инициированное продуцентом информирование участников соцсети о том, что представляет для него интерес. Обращает на себя внимание, что участники соцсети делятся информацией как личного (это может быть день рождения члена семьи или собственный день рождения, посещение театра, выставки, выращенный на подоконнике цветок или урожай в личном саду, просмотр фильма), так и публичного (день открытых дверей, юбилейные мероприятия своего университета, городские или региональные дела) планов. Это может быть информация о событиях профессиональной (конференции, вузовские мероприятия, профессиональное анкетирование, профессиональные проекты, профессиональные планы и свершения), общественной (день рождения известной знаковой личности: *Ирине Александровне Антоновой 20 марта исполнилось бы 102 года! Яркая, энергичная, элегантная, стойкая, мудрая, требовательная и остроумная! Вечная светлая память!*¹), а также личной (достижения, свободное время, личные планы) жизни. Поскольку как личные, так и публичные события персонализируются, становясь частью личной сферы автора, они позволяют делать выводы о ценностных ориентациях автора. Эти ценностные ориентации чаще всего задаются через позитивные утверждения (*В унисон* (и далее видео общественного деятеля и его позиция по актуальному вопросу политической жизни); *У нашей прекрасной дочери N сегодня день рождения! Очень тебя любим и гордимся тобой! Будь счастлива!*), что не отменяет утверждений негативного плана, но они довольно редки, а потому обращают на себя особое внимание (*Не забудем! Не простим!*).

Анализ постов в социальных сетях показывает, что основной прагматической стратегией является стратегия персонализации. Суть стратегии персонализации состоит в том, чтобы показать персональную значимость того, о чем автор поста информирует, — описываемое событие личного, профессионального или общественного планов переносится в персональную зону автора поста. На языковом уровне это решается посредством использования соответствующих местоимений (*Моя Россия; Я — со своей страной; Опять я со своими цветочками*), в русском языке это можно делать и при помощи глагольных форм, указывающих на автора (*Поздравляю всех с Днем поэзии! Размещаю одно из своих творений; На прошедшей неделе в СПбГУ прошла LII Международная научная филологическая конференция имени Л.А. Вербицкой, которая была приурочена к 300-летию СПбГУ. В очередной раз с большим удовольствием приняла в ней участие вместе со своими аспирантами*).

Наряду с прагматической стратегией имеет место метапрагматическая стратегия, которая отвечает за то, что «происходит» в результате речевого акта [12, с. 71; 13]. При этом «автор высказывания устанавливает те составляющие контекста, которые станут основными смысловыми опорами и зададут рамки для интерпретации» [14, с. 138]. На метапрагматическом уровне стратегией выстраивания образа профессионала в сетевом формате становится самопрезентация, которая может принимать свою крайнюю форму — самопродвижение — или интерпретироваться в качестве таковой. Данный результат представляется вполне закономерным, поскольку социальная сеть дает возможность рассказать о себе, она, собственно, для этого и существует: именно социальная сеть задает формат «я как профессионал ÷ мир». Она предоставляет своего рода зеркало, и это зеркало отражает рукотворный образ цифровой личности. Рассказ о разных ипостасях себя направлен на то, чтобы представить себя на фоне разных событий и, соответственно, продемонстрировать свою личность в самых разных ракурсах. Это может быть продвижение своих работ (*И это тоже мое пособие*), получение награды (получение грамоты за победу в конкурсе: *Пожинаем плоды или Получила награду из рук губернатора N области NN. Благодарна за признание моих скромных заслуг в науке, буду работать дальше, готовить учеников. Много планов на будущее. Наука — это важно и интересно! Спасибо кафедральным коллегам за то, что разделили со мной радость момента*), участие в различных событиях (*На торжественном в честь Дня российской науки с коллегами-единомышленниками*).

¹ Все примеры взяты из аккаунтов преподавателей вузов РФ — пользователей социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/> (дата обращения: 15.03.2024).

Еще одно следствие информационной, персонализирующей и самопрезентационной стратегий касается избрания стратегии имплементации, которая предполагает выбор организации текста сообщения, текстового формата. Как показывает анализ, таковой служит нарративизация сообщений. Нарративизация предполагает выраженную семиотически связь социального и личностного модусов человеческой жизни, поскольку нарративы выступают «моделями мира и моделями собственного „я“» [15, с. 37, 40]. Нарратив позволяет демонстрировать идентичность [7], а именно это и происходит в пространстве социальных сетей. По существу, разнообразные и многочисленные или немногочисленные посты в социальных сетях вырастают в некий нарратив о жизни человека. Это рассказ о себе: *Мой 5-летний юбилей в Российской ассоциации лингвистов-когнитологов! А это более 15 конференций и публикаций ВАК в сборниках «Когнитивные исследования языка» в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Новосибирске, Омске, Калуге, Тамбове, Воронеже и Иркутске.* И посты, даже если они разнесены во времени, вплетаются в общую канву и создают повествование, нарратив со всеми его составляющими, то есть с присутствием хронотопа и действующих лиц. Важность нарративной стратегии продиктована тем, что автор «не столько описывает, сколько конституирует и производит (воспроизводит) действительность» [7] и самого себя. Необходимо подчеркнуть, что нарратив создается в социальной сети даже на техническом уровне, так как сообщения автоматически содержат дату, место же может задать сам продуцент текста — оно может быть эксплицировано или имплицировано. В результате адресаты сообщения знакомятся с жизнью автора сообщения ровно настолько, насколько он желает быть открытым в том, что касается перемещения в пространстве, событийной сетки, ценностных ориентаций.

И, наконец, инструментом воплощения нарратива на семиотическом уровне служит мультимодальность, которая предполагает интеграцию вербалики и невербалики, хотя каждая из этих форм может выступать как представленная единично. Невербалика может включать различного рода изображения, эмодзи, пунктуационные знаки, используемые в качестве эмотикона, колористику (*Люблю Жулину улыбочку; В рабочем чате аспиранты веселят вопросами: «Что принести на занятие?» Отвечаю: «Ручку, тетрадку и голову»; Иду сеять разумное, доброе, вечное ❄️; А солнце по-весеннему тёплое и ласковое — в лесу тоже начинает таять снег. Закрываем лыжный сезон. 🎿❄️❄️; Вечно молодой и прекрасный Санкт-Петербурге! ❤️*).

Соответственно, закономерно возникает вопрос: что именно представляется, что презентуется, что продвигается авторами в рамках профессионального образа и какие инструменты при этом используются? Прежде всего, необходимо подчеркнуть, что на уровне инструментальной стратегии образ профессионала выстраивается посредством как вербального, так и невербального кодов, причем в большинстве случаев они интегрируются. Соотношение текста и картинки может быть продиктовано правилами игры, то есть условиями той или иной соцсети. Но для профессионального образа картинка практически обязательна — посты такого рода без картинок или эмодзи минимальны и могут содержать вопрос по типу: *Кто знает, что происходит?.. / Как вы относитесь к новому фильму?..* Тем не менее большинство постов развернуто и базируется на интеграции вербалики и невербалики, при этом последняя предпочтительно представлена фотоизображением. Знаки эмотикона тоже используются довольно активно, так как это позволяет добавить ключ к декодированию эмотивности текста.

Наибольший интерес вызывает то, какие стороны профессиональной личности подлежат презентации. Профессиональный ракурс может охватывать научную, учебную, воспитательную работу, личные контакты с членами профессионального сообщества (коллеги и студенты). Чрезвычайно интересно, что многие профессионалы постоянно размещают посты, которые подчеркивают, что они разносторонние личности и их интересуют: домашние заботы (*На раз-раз не получается. Работа движется третий день. Консервирую все до завтра*), хобби (*Рисовать — это не значит оставлять везде брызги краски и захламлять пространство. Здесь выложу потом готовый*

результат, а этапы работы публикую сейчас в рисовальном телеграмм-канале), путешествия (*Россия начинается здесь. Псковская губерния*), посещение интересных мест (*Касание души – так позиционируют выставку организаторы. Коснулась? Прошла по касательной; В балетном спектакле Анюта в Большом театре все было прекрасно: изумительный танец, чудесная музыка Валерия Гаврилина, восхитительная сценография... И это Чехов, господа, рассказ Анна на шее! Bravo! Восхитительный вечер в любимой компании*). Обращает на себя внимание включение оценки во многие сообщения подобного плана. Профессиональный ракурс может быть как эксплицитным (*Я участвую в конференции*), так и имплицитным (человек делится интересным с точки зрения профессии ресурсом, помещает фото программы конференции и, возможно, страницу из нее с названием своего доклада либо фотографию в месте проведения конференции и название конференции). Эксплицитный ракурс с постом в первом лице единственного числа не так частотен, но может быть индивидуальным предпочтением. Кроме того, обращает на себя внимание и то, что существует определенная дифференциация: есть авторы, которые не публикуют информацию из приватной сферы, но есть и те, кто ничего не публикует из профессиональной сферы, сосредоточиваясь исключительно на достижениях в садоводстве, хобби, предпочтениях, домашних любимцах и т. п.

Отдельного упоминания заслуживает общественная сфера, которая также находит отражение в сообщениях профессионалов. Посты, относящиеся к общественной сфере, прямо указывают на ценностные ориентации авторов в социальном плане. Такие сообщения не так частотны, но они имеются, и их количество возрастает на фоне определенных событий общественного звучания (*Явка избирателей на выборы. Карта; Присоединяюсь к акции «Журавли» в память о жертвах теракта в «Крокус Сити Холле»; Как взрослый, ответственный человек, я сделала свой выбор*).

В языковом плане обращает на себя внимание использование различных косвенных средств, направленных на сглаживание самопродвижения. Так, для снятия эффекта «яканья» некоторые авторы используют более скромное «мы» (*А мы продолжаем радовать всех доброй поэзией; Слушаем с детьми лекцию о вреде наркотиков; По результатам работы прошлогодней секции вышла замечательная коллективная монография [...] под редакцией NN, в которой мы с моей аспиранткой N тоже приняли активное участие; Голодные птицы ищут еду. А барбарис, к сожалению, весь обледел. Будем ждать потепления*). Для этой же цели могут быть использованы косвенные речевые акты: вопросы (*А Вы делали?.. / Кто хочет вязать со мной?*) или повелительные предложения со значением приглашения к деятельности (*Когда хорошо поработала, можно спокойно повязать. Мозг разгружается на ура. Вяжите вместе со мной*) или оценочные высказывания, когда участие автора в событии, которому дается оценка, подразумевается (*Чудесная беседа о судьбе русских диалектов и не только*).

Язык постов варьируется от литературного до разговорного (*Да что ж такое... Час от часу не легче; Во какое у меня роскошество!; Уф. Справились за час; Жуле придумали новое обзывательство. Заслуженно. Лежит сейчас, храпит на коврике под письменным столом, Помадоежка*), когда авторы играют с языковыми единицами любой уровневой принадлежности: фонетико-графическими средствами, грамматическими, лексическими. Производится отсылка к единицам тезауруса (о домашнем питомце: *Бесконечная магия Рыси*; посещение Нового Иерусалима: *Кто любит, тот любим, Кто светел, тот и свят*). Нередки случаи языковой игры на самых разных уровнях, начиная с единиц языка и выходя на уровень стиливых регистров.

Выводы и заключение

Цифровизация прочно вошла, если не вторглась, в мир коммуникации и неустанно подстраивает его под себя. В цифровой среде языковая личность трансформируется в «диджитала» – цифровую коммуникативную личность, которая может конструировать и конструирует образ или идентичность в зависимости от прагматики коммуникации, с учетом специфики своего адресата, особенностей той или иной платформы и ее сообщества, объединенного определенными

ценностями. Различные платформы имеют различные правила игры как в техническом, так и в ценностном плане; в эти игры и играет цифровой коммуникант.

В процессе конструирования профессиональной идентичности оказываются задействованными стратегии, соответствующие уровням формирования текстового сообщения. Информирование, являющееся целью коммуникативной стратегии, на прагматическом уровне подвергается персонализации, что в результате ведет к реализации стратегии самопродвижения или самопрезентации, которая осуществляется на имплементирующем уровне посредством нарратива и далее «овнешняется» как мультимодальная сущность на семиотическом уровне построения текста.

Создаваемый при помощи данных коммуникативно-прагматических стратегий образ профессионала отражает разные «Я» автора. При том, что траектории построения Я-образа расходятся, большинство профессионалов отражают и профессиональную, и приватную стороны своей жизни с возможной приоритизацией любой из этих сторон. По сути, совокупность постов выстраивается в историю жизни, некую книгу дней, которую конструирует сам автор с предлагаемыми им самим акцентами и оценками. В качестве перспективы данного исследования можно было бы выделить анализ складывающихся паттернов нарративов, ибо наблюдается стереотипность построения текстов в их нарративной целостности. Также за данными паттернами можно выявить ценностные установки не только данной личности, но и социума, которые пытается уловить и передать в своем нарративе «диджитал».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Нефедов С.Т., Чернявская В.Е.** Контекст в лингвистическом анализе: прагматическая и дискурсивно-аналитическая перспектива // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2020. № 63. С. 83–97. DOI: 10.17223/19986645/63/5
2. **Akman V.** Situation semantics // Concise Encyclopedia of philosophy of language and linguistics / K. Brown (ed.). Amsterdam: Elsevier, 2010. P. 699–702.
3. **Которова Е.Г.** Прагматика в кругу лингвистических дисциплин: проблемы дефиниции и классификации // Вестник Российского университета дружбы народов. Лингвистика = Russian Journal of Linguistics. 2019. Т. 23, № 1. С. 98–115. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-98-115
4. **Комарова З.И.** Коммуникативно-прагматическая парадигма в дисциплинарно-методологическом пространстве современной лингвистики // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 1 (292). Вып. 73. С. 66–71.
5. **Молодыхенко Е.Н., Чернявская В.Е.** Социальная репрезентация через язык: теория и практика социолингвистики и дискурсивного анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2022. Т. 19, № 1. С. 103–124. DOI: 10.21638/spbu09.2022.106
6. **Леонтович О.А.** Методы коммуникативных исследований. М.: Гнозис, 2011. 224 с.
7. **Троцук И.В.** Нарратив (в социологии) // Большая Российская энциклопедия. URL: <https://bigenc.ru/c/narrativ-v-sotsiologii-f34c6b> (дата обращения: 25.03.2024).
8. **Crystal D.** Internet Linguistics: A Student Guide. London; New York: Routledge, 2011. ix, 179 p.
9. **Труфанова Е.О.** Приватное и публичное в цифровом пространстве: размывание границ // Galactica Media: Journal of Media Studies. Общетеоретические вопросы. 2021. Т. 3, № 1. С. 14–38. DOI: 10.46539/gmd.v3i1.130
10. **Мельникова М.С., Яковлев И.П.** Понятие «социальная сеть» в социологических теориях и интернет-практиках // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2014. № 1. С. 254–257.
11. **Чудинов А.П.** Политическая лингвистика. М.: Флинта: Наука, 2012. 256 с.
12. **Молодыхенко Е.Н.** Метапрагматика в жанроведении: нужен ли нам новый аналитический инструмент в эру интернет-медиа? // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2022. № 75. С. 67–93. DOI: 10.17223/19986645/75/4
13. **Silverstein M.** Pragmatic Indexing // Concise Encyclopedia of pragmatics / J.L. Mey (ed.). Amsterdam: Elsevier, 2009. P. 756–759.

14. **Чернявская В.Е.** Метапрагматика коммуникации: когда автор приносит свое значение, а адресат свой контекст. Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2020. Т. 17, № 1. С. 135–147. DOI: 10.21638/spbu09.2020.109

15. **Брокмейер Й., Харре Р.** Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы // Вопросы философии. 2000. № 3. С. 29–42.

REFERENCES

[1] **Nefedov S.T., Chernyavskaya V.E.**, Context in Linguistics: Pragmatic and Discourse Analytical Dimensions, Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology, 63 (2020) 83–97. DOI: 10.17223/19986645/63/5

[2] **Akman V.**, Situation semantics, Concise Encyclopedia of philosophy of language and linguistics, K. Brown (ed.). Elsevier, Amsterdam, 2010, pp. 699–702.

[3] **Kotorova E.G.**, Pragmatics among Linguistic Disciplines: Problems of Definition and Classification, Russian Journal of Linguistics, 23 (1) (2019) 98–115. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-1-98-115

[4] **Komarova Z.I.**, Kommunikativno-pragmaticheskaya paradigma v disciplinarno-metodologicheskoy prostranstve sovremennoy lingvistiki [Communicative pragmatic paradigm in a disciplinary methodological space of modern linguistics], Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, Filologiya. Iskusstvovedenie, 1 (292) (2013), iss. 73, pp. 66–71.

[5] **Molodychenko E.N., Chernyavskaya V.E.**, Representing the social through language: Theory and practice of sociolinguistics and discourse analysis, Vestnik of Saint Petersburg University, Language and Literature, 19 (1) (2022) 103–124. DOI: 10.21638/spbu09.2022.106

[6] **Leontovich O.A.**, Metody kommunikativnykh issledovaniy [Methods of communicative studies]. Gnozis, Moscow, 2011.

[7] **Trocuk I.V.**, Narrativ (v sociologii) [Narrative (in sociology)]. Bolshaya Rossijskaya enciklopediya. Available at <https://bigenc.ru/c/narrativ-v-sotsiologii-f34c6b> (accessed 25.03.2024).

[8] **Crystal D.**, Internet Linguistics: A Student Guide. Routledge, London, New York, 2011.

[9] **Trufanova E.O.**, Private and Public in the Digital Space: Blurring of the Lines, Galactica Media: Journal of Media Studies, General Theory, 3 (1) (2021) 14–38. DOI: 10.46539/gmd.v3i1.130

[10] **Melnikova M.S., Yakovlev I.P.**, Ponyatie “socialnaya set” v sociologicheskikh teoriyakh i internet-praktikakh [The notion of social network in sociological theories and Internet practices], Vestnik of Saint Petersburg University. Series 9. Philology. Asian Studies. Journalism, 1 (2014) 254–257.

[11] **Chudinov A.P.**, Politicheskaya lingvistika [Political linguistics]. Flinta, Nauka, Moscow, 2012. 256 p.

[12] **Molodychenko E.N.**, Integrating metapragmatics into genre analysis: Does the analytical toolkit need an upgrade in the digital era?, Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology, 75 (2022) 67–93. DOI: 10.17223/19986645/75/4

[13] **Silverstein M.**, Pragmatic Indexing, J.L. Mey (ed.), Concise Encyclopedia of pragmatics. Elsevier, Amsterdam, 2009. Pp. 756–759.

[14] **Chernyavskaya V.E.**, Metapragmatics: When the author brings meaning and the addressee context, Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature, 17 (1) (2020) 135–147. DOI: 10.21638/spbu09.2020.109

[15] **Brokmejer J., Harre R.**, Narrativ: problemy i obeshhaniya odnoj al'ternativnoj paradigmy [Narrative: problems and promises of one alternative paradigm], Voprosy filosofii, 3 (2000) 29–42.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT AUTHOR

Иванова Светлана Викторовна

Svetlana V. Ivanova

E-mail: svet_victoria@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-0127-9934>

Поступила: 28.03.2024; Одобрена: 23.04.2024; Принята: 18.05.2024.

Submitted: 28.03.2024; Approved: 23.04.2024; Accepted: 18.05.2024.