

4. Баркович, А. А. Методологический аспект изучения компьютерно-опосредованного дискурса / А. А. Баркович // Вестн. Нижегородс. гос. лингв. ун-та им. Н. А. Добролюбова. – Н. Новгород : ФГБОУ ВПО «НГЛУ», 2015. – Вып. 30. – С. 38–48.

5. Schiffrin, D. From linguistic reference to social reality / D. Schiffrin // Discourse and identity. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – P. 103–131.

### References

1. Alpatov, V. M. 150 iazykov i politika, 1917–2000 : soziolingvisticheskie problemy SSSR I postsovetskogo prostranstva / V. M. Alpatov. – M. : Kraft + IV RAN, 2000. – 224 s.

2. Barkovich, A. A. Internet-discurs: kompiuterno-oposredovannaya kommunikaziya / A. A. Barkovich. – M. : Flinta : Nauka, 2016. – 288 s.

3. Barkovich, A. A. kompiuterno-oposredovannaya kommunikaziya: fenomenologicheskiy aspekt / A. A. Barkovich // Vestn. Udmurts. un-ta. Istoriya I filologiya, 2015. – № 3 (25). – S. 97–101.

4. Barkovich, A. A. Metodologicheskiy aspekt izucheniya kompiuterno-oposredovannogo diskursa / A. A. Barkovich // Vestn. Nizhegorods. gos. lingv. un-ta im. N. A. Dobrolubova. – N. Novgorod : FGBOU VPO “NGLU”, 2015. – Vyp. 30. – S. 38–48.

5. Schiffrin, D. From linguistic reference to social reality / D. Schiffrin // Discourse and identity. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – P. 103–131.

**К. А. Белова**

*Белорусский государственный экономический университет, Минск*

### **ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ КОДА КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ ТАКТИКА СТРАТЕГИЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СЕТИ**

*Резюме. Работа посвящена малоисследованному вопросу социолингвистических характеристик национального интернет-дискурса, а именно – актуализации стратегий самопрезентации белорусских пользователей Сети. Цель: выявление специфики переключе-*

чения кода при реализации стратегий самопрезентации в Сети. Материалы и методы: осуществляется контент-анализ интернет-текстов из национального сегмента Глобальной сети, а также количественный и качественный анализ случаев переключения кода, обнаруженных в тексте. В работе определяется специфика (типичные коды, приемы реализации, гендерные различия, частота употребления) кодового переключения при конструировании личностных интернет-образов. Характерное для интернет-дискурса Беларуси переключение кодов содействует самопредставлению интернет-пользователей и выступает, в силу своих особенностей, универсальной тактикой самопрезентации в Сети.

**Ключевые слова:** интернет-дискурс, переключение кода, стратегия и тактика самопрезентации.

**K. A. Belova**

*Belorussian State Economic University, Minsk*

## **CODE-SWITCHING AS UNIVERSAL TACTIC OF SELF PRESENTATION IN THE INTERNET**

**Abstract.** *The paper considers little-studied issue of sociolinguistic features of the national internet-discourse, namely – realization of self presentation of Belorussian internet-users. Aim: identification of code-switching specifics in actualization of self presentation strategies in the Internet. Materials and Methods: content analysis of internet-texts from the national internet-segment as well as quantitative and qualitative analysis of code-switching cases represented in the text. The paper considers specifics (typical codes, means of realization, gender differences, frequency of use) of code-switching in creation of personal internet-images. Code-switching is common for Belorussian internet-discourse, assists in self presentation and functions due to its specifics as universal tactic of it.*

**Key words:** *internet-discourse, code-switching, strategy and tactic of self presentation.*

Мир Сети становится сегодня зеркальным отражением происходящих в социуме процессов, и, в свою очередь, осуществляет непосредственное влияние на развитие всех сфер общественной жизни (экономики, политики, социальной сферы, культуры, языка и мн. др.), причем это влияние носит не только конструктивный, но и деструктивный характер. В связи с этим всестороннее изучение интернет-дискурса как языковой экспликации Гло-

бальной сети представляется весьма актуальным. Непосредственно в данной работе приводятся результаты исследования использования белорусскими пользователями перехода с одного кода на другой в рамках одного сообщения при конструировании своего личностного интернет-образа. Исследование специфики самопрезентации белорусских пользователей в указанном русле производилось в ходе анализа общения 100 активных интернет-пользователей белорусского сегмента Сети (50 женщин и 50 мужчин) в возрасте от 18 до 35 лет, имеющих (незаконченное) высшее образование, на материале 1500 текстов (личные произвольно написанные электронные письма, сообщения групповых чатов, сообщения тематических форумов, сообщения авторских блог-дневников).

Общеизвестно, что информация, мысли, интенции людей транслируются в ходе интернет-общения с помощью определенного кода (кодов), под которым мы понимаем любое средство коммуникации. Все функционирующие в интернет-дискурсе коды можно разделить на языковые и неязыковые. К первым относятся все естественные языки, ко вторым – все другие знаковые системы, обслуживающие общение пользователей. Отметим, что на сегодняшний день полноценным неязыковым кодом можно считать пока только знаковую систему эмотиконов, представленную многообразием единиц (графических, иконических, анимированных). С их помощью возможно выразить эмоции и состояния, отобразить предметы и действия, передать мимику и имена собственные, назвать явления окружающей действительности и категории людей и мн. др. Они свободно употребляются как в паре с языковыми элементами текста, так и совершенно самостоятельно, т.е. в интернет-дискурсе отмечаются даже случаи коммуникации только посредством эмотиконов. Ярко выраженная обусловленность вербальными компонентами и употребление преимущественно только в их составе не позволяет рассматривать другие невербальные знаки (шрифт, цвет, знаки пунктуации) как формирующие самостоятельные неязыковые коды.

Сосуществование разных кодов в одном коммуникативном пространстве неизбежно приводит к их контактированию, результатом которого чаще всего становится переключение кода, т. е. использование единиц одного кода в высказывании на другом коде. Опираясь на идеи К. Майерс-Скоттон, противопоставляющей матричный и включенный языки при кодовом переключении (Майерс-Скоттон, 1993: 163–227), мы выделяем матричный код (МК) – основной код сообщения, обеспечивающий морфосинтаксическую рамку высказывания с кодовыми переключениями (Исаева, 2013), и гостевой код (ГК) – источник инокодовых единиц в высказывании (Исаева, 2013).

В ходе исследования было обнаружено, что 65,8 % всех сообщений выборки содержат переход с одного кода на другой, что свидетельствует о наличии в сообщениях многих белорусских коммуникантов нескольких кодов. Данный факт подтверждают и результаты анкетирования, согласно которым 73,6 % всех респондентов используют два и более языковых кода, а также дополнительно и знаковую систему эмодзи (82,3 %). В национальном интернет-сегменте пользователи оперируют в основном тремя естественными языками (русский, белорусский и английский), а также употребляют единицы и неязыкового кода. Наиболее частотными комбинациями кодов являются следующие: русский или белорусский язык (МК) + английский (ГК), английский язык (МК) + русский (ГК), русский / белорусский / английский (МК) + знаковая система эмодзи (ГК).

Кодовое переключение многофункционально. Остановимся на рассмотрении его как одной из тактик самопрезентации в Сети.

Применительно к интернет-дискурсу, самопрезентация рассматривается как процесс сознательного и неосознанного предъявления пользователем себя интернет-аудитории при помощи определенного набора стратегий и тактик, а также вербальных и невербальных средств с целью формирования желаемого впечатления у собеседника по интернет-общению и построения дальнейшей коммуникации с ним. Ранее в наших исследованиях (Белова,

2015) мы определили для белорусского сегмента Сети пять стратегий самопрезентации, каждая из которых реализуется посредством разнообразных вербальных и невербальных тактик: самоназывание, предоставление личных данных, конструирование внешности и характера, демонстрация знаний / умений / эмоций / мнений и формирование собственной манеры письма.

В ходе дальнейшей работы с корпусом материала мы обнаружили, что переход с одного кода на другой присутствует во многих сообщениях, содействующих самопредставлению интернет-пользователей. Приведем примеры реализации названных выше стратегий самопрезентации. *ВасяМан, Катя, Вookинист* – самоназывание. *Фишинг для меня ze бест в любую погоду!*; *Was born abroad, currently living here – надабаеца* 👍 – предоставление личных данных. 😞 *Жутко боюсь спайдеров*; *Я вся такая 🙄 скажи ;)?* – конструирование внешности и характера. *Знаю всё и даже больше) try me;*; 😍 *серьёзно ...* – демонстрация знаний / умений / эмоций / мнений. *Илеть* (от англ. *to ill*) *не прикольно, я б лучше джобал* (от англ. *to job*) или *патил* (от англ. *to party*), но точно не *бэдил* (от англ. *to bed*) – формирование собственной манеры письма.

Среди основных приемов, содействующих актуализации переключения кодов в ситуации самопрезентации можно выделить следующие. Во-первых, передача слов и словосочетаний одного кода в сообщениях на другом коде. Причем единицы гостевого кода могут отображаться как средствами алфавита этого же кода, так и средствами алфавита матричного кода. Например, *да я же good boy, чесно; заўжды проста do it, не пытаю ніколі!!; I always do everything xorosho!!; мои огромные блу айз не врут!* Во-вторых, использование букв гостевого кода в словах на матричном коде. Например, *Луса, Водяной*. В-третьих, употребление словообразующих и формообразующих элементов одного кода со словами на другом коде. Например, *сиводня выглядешь кулее чем вчера); срочно ределай это!!* Включение *кулее* ('класснее' т.е. 'лучше') образовано при помощи транс-

литерированного английского слова *cool* ('классный' разг.) и русского суффикса сравнительной степени прилагательного *-ee*. Включение *ределай* ('переделай') образовано при помощи транслитерированной приставки английского языка *re* и русского слова *делай*. И, в-четвертых, использование единиц знаковой системы эмотиконов в качестве гостевого кода. Например, *постоянно хочу 🤔!!! борюсь с этим, но безрезультатно)); I'm crazy about .*

Выделенные приемы нередко могут использоваться в рамках одного сообщения одновременно. Так, в примере *Пару слоў пра сабе ...вэл... я, як у 🌹 той песні / ах, какой мужчіна, ну настоящій M:-/ / вось так),* пользователь передает единицы двух гостевых кодов (слово *вел* от англ. 'well' и фраза на русском языке *ах, какой мужчіна, ну настоящій*) средствами алфавита матричного кода (белорусский язык), а также употребляет и элемент знаковой системы эмотиконов (*M:-/* 'военный') в качестве гостевого кода.

Говоря о гендерных различиях, отметим, что к смене кода прибегают как мужчины, так и женщины, поэтому принципиальных количественных отличий обнаружено не было. Относительно приоритетов в использовании тех или иных приемов кодового переключения, было замечено следующее. Женщины чаще используют эмотиконы как гостевой код (ср.: 43,2 % женских сообщений и 21,6 % мужских сообщений содержат этот гостевой код). Мужчины же чаще прибегают к добавлению словообразующих и формообразующих элементов к единицам гостевого кода, переданного преимущественно средствами алфавита матричного кода (ср.: 28,4 % мужских сообщений и 11,2 % женских содержат такие примеры). В остальном существенных различий не обнаружено.

Отметим также, что наиболее активно пользователи переключаются с одного естественного языка на другой при общении по электронной почте, в чате и на форуме. Так, из общей выборки сообщений групповых чатов переключение было отмечено в 72,8 % случаев, тематических форумов –

в 61,2 %, личных произвольно написанных электронных писем – в 59,7 %. В авторских блог-дневниках переключения были обнаружены только в 5,8 % случаев. Переход на неязыковой код характерно в большей степени для группового чата и тематического форума. Так, из всех чат-сообщений такие переключения зафиксированы в 87,6 % случаев, форум-сообщений – в 58,4 %. В личных произвольно написанных электронных письмах и авторских блог-дневниках переходы на неязыковой код были замечены только в 23,5 % и 12,7 % случаев соответственно. Наибольшая популярность смены кода именно в групповом чате обусловлена, как нам кажется, игровым характером общения здесь, ярко выраженной коммуникативной направленностью, т.е. очень высокой степенью вероятности получения реакции на сообщение, в том числе от носителей другого языка или билингвов, а также технической особенностью организации коммуникации (в случае использования эмодзи в качестве гостевого кода) – наличие на чат-ресурсах в непосредственной близости от строки ввода наборов готовых эмодзи, которые мгновенно вставляются в сообщение при нажатии на них.

К основному функционалу смены кода с целью самопрезентации относится акцентирование смысла (например, на чертах характера, внешних данных, эмоциональном состоянии и др.) и, конечно, создание юмористического эффекта. Наряду с этим, систематическое переключение кода в сообщениях одного и того же пользователя непосредственно содействует конструированию его интернет-типажа. Так, например, постоянное употребление в качестве гостевого кода эмодзи «цветы» / «поцелуй» / «подарок» и подобное в общении мужчины с женщинами представляет его «Казановой» и/или дополняет этот образ, а наличие в каждом сообщении включений иностранного языка с добавлением словообразующих и формообразующих элементов родного языка участвует в формировании собственной манеры письма того или иного пользователя, по которой он может стать узнаваемым на просторах Интернета.

Подводя итог, подчеркнем, что как тактика конструирования личностных образов кодовое переключение стоит обособленно от других и может считаться универсальной, т. к. содержит как языковой компонент, так и неязыковой, и применяется параллельно с вербальными (специфичными для каждой стратегии) и невербальными (общими для всех стратегий) тактиками самопрезентации. В целом, характерное для интернет-дискурса Беларуси явление кодового переключения играет значительную роль в интенсификации общения белорусских пользователей в сети Интернет.

### Список литературы

1. Белова, К. А. Интернет-дискурс Беларуси в социолингвистическом аспекте : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / К. А. Белова ; МГЛУ. – Минск, 2015. – 24 с.
2. Myers-Scotton, C. Duelling Languages. Grammatical Structure in Codeswitching / C. Myers-Scotton. – Oxford : Clarendon Press, 1993. – 304 p.
3. Исаева, М. Г. Грамматические особенности кодовых переключений в англоязычных и русскоязычных журналах [Электронный ресурс] / М. Г. Исаева // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 11. – Ч. 4. – Режим доступа: [http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=10002480](http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10002480). – Дата доступа: 31.05.2019.

### References

1. Belova, K. A. Sociolinguistic aspect of the Belorussian internet-discourse : dissertation abstract : 10.02.19 / K. A. Belova ; MSLU. – Minsk, 2015. – 24 p.
2. Myers-Scotton, C. Duelling Languages. Grammatical Structure in Codeswitching / C. Myers-Scotton. – Oxford : Clarendon Press, 1993. – 304 p.
- Isaeva, M. G. Grammar specifics of code-switching English and Russian magazines [electronic resource] / M. G. Isaeva // Fundamental research. – 2013. – № 11. – V. 4. – Mode of access: [http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=10002480](http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10002480). – Date of access: 31.05.2019.