

**А. Б. Чиркун (Минск, Беларусь)**

## САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА)

Статья посвящена анализу самопрезентации носителей испаноязычной культуры в виртуальном пространстве. В качестве объекта исследования выступает информационный блок Инстаграм (*статус*), с помощью которого пользователь данной социальной сети создает некий, как правило, позитивный образ, отражающий те или иные аспекты его жизни, взгляды и установки. В результате исследования выявляются семантические, формальные и прагматические характеристики *статусов* испаноязычных пользователей Инстаграм.

**Ключевые слова:** виртуальное коммуникативное пространство, самопрезентация, статус, внутривербальные графические средства и невербальные графические средства.

Одним из важных направлений исследования виртуального коммуникативного пространства является изучение феномена самопрезентации личности в киберпространстве. В процессе взаимодействия участники виртуальной коммуникации преследуют различные цели, одной из которых является стремление привлечь к себе внимание потенциальных партнеров по общению, желание заинтересовать их. Достижение данной цели осуществляется, в первую очередь, за счет следующих средств: а) *ник*, или сетевое имя, которое берет себе пользователь для идентификации себя на том или ином сетевом ресурсе, б) *аватара*, представляющая собой визуальную репрезентацию ее обладателя и в) *статус* – информационный блок, предназначенный для самоописания.

В рамках данного исследования мы остановимся на анализе информационного блока *статус* социальной сети Инстаграм, с целью выявления особенностей языковой и невербальной самопрезентации ее испаноязычных пользователей.

Несмотря на то, что в русскоязычных академических словарях нет определения понятия *статус* для Интернет-коммуникации, в свободной энциклопедии сетевых пользователей «Википедия» мы находим следующее значение: «Статус в Интернете – короткая ёмкая фраза, как правило, до 160 символов, размещаемая пользователями в своей «анкете» в социальной сети, в микроблоге или агенте мгновенных сообщений. Изначально она призвана сообщать что-либо о текущем эмоциональном состоянии автора, но может использоваться и для любых других целей» [1]. В испаноязычном киберпространстве данный информационный блок носит название *biografía* и определяется как «una de las partes de información en la parte superior de su perfil que se encuentra junto al nombre de usuario» [2] ‘одна из информационных частей, расположенная в верхней части аккаунта рядом с именем пользователя’.

Основной особенностью всех *статусов* в социальных сетях является инициальная, сильная, «акцентируемая позиция». Именно в этой позиции *статус* может максимально реализовать весь свой формально-семантический потенциал. Используемый на первой странице личной информации *статус* указывает другому пользователю путь интерпретации всех последующих публикаций страницы. Использование *статусов* в целом направлено на реализацию контактоустанавливающей функции и функции привлечения внимания.

Самопрезентация испаноязычного пользователя Инстаграм в информационном блоке *статус*, как правило, осуществляется в рамках следующих направлений:

1. Профессия: указание на профессию, сферу деятельности и т.п.: *Entrenador personal* ‘Личный тренер’; *Ex jugador* ‘Бывший игрок’; *Maestra de educación primaria* ‘Учительница начальной школы’ и т.п. В приведенных примерах пользователь указывает на род своей деятельности. Кроме того, в данном случае зачастую имеет место метафорическое переосмысление той или иной профессии, ср.: *Arquitecto de emociones* ‘Архитектор эмоций’ и т.п.

2. Географическое местоположение: указание на место проживания, работы, обучения, на происхождение, на излюбленные места путешествий и т.п.: *Concejala en ayuntamiento, Granada* ‘Советник в мэрии, Гранада’. Зачастую, когда речь идет о происхождении или месте проживания, подчеркивается отношение к своей родине, месту жительства. Так, например, *статусы orgullosamente colombiano* ‘горжусь

тем, что колумбиец' или *madridista hasta la muerte* 'до последнего вздоха мадридец' свидетельствуют о том, что их обладатели испытывают чувство гордости за свою национальную принадлежность.

3. Жизненные стремления: указание на цели, жизненные ценности, установки, идеалы и т.п.: *Mi familia y mi gente por delante* 'На первом месте моя семья и мои люди'; *Intentando avanzar* 'Пытаясь двигаться вперед'; *Antes muerto que esclavo* 'Лучше умереть, чем быть рабом' и т.п.

4. Стиль жизни и увлечения: сообщение информации об образе жизни, хобби и увлечениях: *Chocolate. Literatura. Vida sana y natural* 'Шоколад. Литература. Здоровый и естественный образ жизни'; *Apasionada de la belleza en todas sus formas* 'Приверженец прекрасного во всех ее его проявлениях'; *La mujer y vino* 'Женщина и вино'; *Amo el deporte. Amo a mi perro* 'Люблю спорт. Люблю свою собаку'; *Actúo, canto y esas cosas* 'Выступаю, пою и тому подобное'; *Baile como una forma de vida* 'Танец как форма жизни' и т.п.

5. Черты характера: *No soy perfecta, pero soy una edición limitada* 'Я и не идеал, зато лимитированная коллекция'; *Bueno, la verdad es que soy un poco intensa y un poco torpe* 'По правде говоря, я мало активная и слегка неуклюжая'; *Carismático, encantador, camaleónico, frívolo y un poco loco* 'Харизматичный, очаровательный, непостоянный, легкомысленный и немного сумасшедший' и т.п.

6. Внешность: *Soy superguapo* 'Я суперкрасивый' и т.п.

7. Социальный статус: *Mamá de Paula y Rafael* 'Мама Паулы и Рафаэля' и т.п.

Анализ количественного соотношения вышепредставленных групп в *статусах* испаноязычных пользователей Инстаграм свидетельствует о том, что лидирующее положение занимают группы «жизненные стремления» (26%) и «профессия» (24%), в то время как наименее представленной в количественном отношении выступает группа «внешность» (4%). В свою очередь группы «географическое местоположение», «стиль жизни и увлечения», «черты характера» и «социальный статус» представлены практически в равных долях (ср.: 12%, 12%, 10% и 12% соответственно).

Как правило, в рамках одного *статуса* происходит смешение разной информации. Нами было установлено, что к числу наиболее типичных комбинаций информации в рамках одного *статуса* относятся следующие:

1) «профессия» + «жизненные стремления»: *Abogado. Femenista* 'Адвокат и защитник прав женщин'; *Escritor de novelas, de los instantes e hilador de historias. Una mezcla de todo ello, para ver la vida desde un prisma diferente* 'Пишу романы, описываю мгновения и ткаю паутину историй. Это все позволяет мне смотреть на жизнь под другим ракурсом';

2) «профессия» + «географическое местоположение»: *Filología hispánica y estudios ingleses, Cadiz* 'Испанская и английская филология, Кадис';

3) «профессия» + «стиль жизни и увлечения»: *Entrenador personal. Feliz y positivo. Amante del deporte y la vida sana* 'Личный тренер. Счастливый и позитивный. Любитель спорта и здорового образа жизни';

4) «стиль жизни и увлечения» + «жизненные стремления»: *Canto, bailo, escribo y mi mayor deseo es alegrar la vía a las gentes* 'Пою, танцую, пишу и мое самое большое желание – освещать радостью жизненный путь других людей';

5) «социальный статус» + «черты характера» + «жизненные стремления»: *Mamá y papá de Leandro y Leonardo, optimista, enamorada de mis hijos y de cada regalo que me da la vida* ‘Мама и папа Леандро и Леонардо, оптимистка, влюбленная в своих детей и в каждый подарок судьбы’.

Форма подачи информации о себе испаноязычными пользователями Инстаграм зачастую варьируется в рамках следующих трех разновидностей статусов:

1. *Статус-обращение* содержит прямое или косвенное обращение к другим пользователям: *Buenvenido a mi mundo; Eres la casualidad más bonita que tengo, gracias por estar junto a mí* ‘Ты самая красивая случайность, которая со мной произошла. Спасибо, что ты со мной’ и т.п. *Статус-обращение* может оформляться в виде призыва к некому действию: *Quédate en casa* ‘Оставайся дома’; *Unete a la tribu* ‘Присоединяйся к компании’; *Vive la vida bailando, que no paremos nunca de volar* ‘Проживай жизнь, танцуя. Не будем никогда опускать крылья’ и т.п.

2. *Статус-рассуждение* содержит рассуждения о мире и мироздании, общечеловеческих ценностях и т.п.: *Somos el tiempo que nos queda* ‘Мы – это время, которое нам предначертано’; *Todo está lleno de oportunidades* ‘Вокруг тебя сплошные возможности’ и т.п. Необходимо отметить, что данная категория статусов зачастую представлена различными афоризмами и пословицами: *Nada vale más que el día de hoy* ‘Нет ничего более ценного, чем сегодняшний день’; *Con fe todo se puede* ‘Верь и все получится и др. В данной категории находят отражение такие темы, как любовь (*Si nada nos salva de la muerte al menos que el amor nos salve de la vida* ‘Если ничего не может спасти нас от смерти, так пусть хоть любовь спасет нас от жизни’ и т.п.); быстротечность времени (*Vive el momento* ‘Проживай каждое мгновение’; *La vida es demasiado corta para dejarla para después* ‘Жизнь слишком коротка, чтобы откладывать ее на потом’ и т.п.), фатализм (*Vivamos y que pase lo que tenga que pasar* ‘Давайте жить и будь что будет’ и т.п.). Подобные статусы соотносятся с жизненной позицией пользователя Инстаграм, его взглядами и убеждениями.

3. *Статус-рассказ о себе* содержит информацию о пользователе Инстаграм (профессия, местоположение, увлечения и др.): *Madrid. A veces hago fotos* ‘Мадрид. Иногда фотографирую’ и т.п.

4. *Статус-ссылка* нередко используется для привлечения внимания подписчиков к другим персональным сайтам или интернет-страницам: <http://twitter.com/sanchez>. Зачастую фигурируют ссылки на место работы, на фитнес-клуб, членом которого предположительно является пользователь Инстаграм, на любимый ресторан, а также ссылки на станицы друзей, знакомых и т.п.: @esdi\_barcelona; @tangent\_ptobjects [allyouneediscook.wordpress.com/](http://allyouneediscook.wordpress.com/); @invisibles.ts; @absentjw\_ и др.

Очевидно, что статус обладает высоким коммуникативным потенциалом и формирует определенный образ его обладателя. При этом, как отмечает О. В. Лутовинова, в большинстве случаев «обнаруживается стремление показать себя с лучшей стороны, предстать в выгодном свете, акцентируя внимание партнеров по коммуникации именно на тех своих чертах и качествах, которые человек считает или хочет считать своими достоинствами» [3, с. 31].

«Интернет-дискурс в целом и, соответственно, дискурс сети Инстаграм в частности характеризуются своеобразным графическим оформлением текста.

Графические особенности оформления высказывания в Интернете, как наиболее разнообразные и визуально выразительные, рассматриваются многими учеными. По мнению А. О. Мозговой расширение спектра графических приемов оформления высказываний в интернет-дискурсе может быть связано с техническим совершенствованием средств коммуникации, а также со стремлением самих интернет-коммуникантов сопровождать свои тексты графическими символами, имеющими как информативную, так и эмотивную функции» [5; 4, с. 127]. Интернет-коммуникация лишена традиционных паралингвистических средств (громкости, тембра, силы голоса), что компенсируется использованием различных символов – графических рисунков, схем, смайликов. Использование подобных средств в составе *статуса* или в качестве *статуса* объясняется их универсальностью [Там же].

«Графические особенности, которые наиболее часто используются пользователями сети Инстаграм, условно можно разделить на две группы: *внутривербальные* (шрифт, знаками препинания, алфавит и др.) и *невербальные* (символы языка Эмоджи, эмотиконы, числа, математические знаки и др.)» [5].

К числу наиболее типичных *внутривербальных* средств, используемых испаноязычными пользователями Инстаграм при создании *статусов*, относятся а) повторение букв: *Elisaaaa E.23*; б) одновременное использование в рамках одного *статуса* нескольких языков, как правило, английского и испанского: *Para los que me ven inferior desde aquí arriba me río de ellos. Only different!;* в) шрифт большого размера (использование прописных букв вместо строчных): *ADORO LOS DULCES*; г) употребление знаков препинания для изменения графического облика слова: *E.M.P.R.E.N.D.E.D.O.R.* Данные средства придают эмотивную окраску *статусу*.

Результаты проведенного нами анализа наиболее характерных для *статусов* испаноязычных пользователей *невербальных средств* самопрезентации позволяют выделить следующие из них:

1). Числовые комбинации памятных дат, к числу которых, как правило, относится день рождения, а также другие важные для пользователя даты:

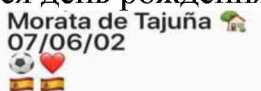


Рисунок 1.

2). Эмотиконы и символы языка Эмоджи составляют наиболее многочисленную группу *невербальных средств* в *статусе* испаноязычных пользователей. Функционально эмотиконы очень многогранны. С их помощью пользователь Инстаграм создает свой образ, демонстрируя свои эмоции и придавая своему *статусу* определенную экспрессию:



Рисунок 2.

По степени гетерогенности *статусы* могут дифференцироваться следующим образом:

а) *вербальные*:

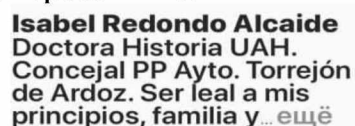


Рисунок 3.



б) невербальные:



Рисунок 4.

в) вербально-невербальные *статусы*, вербальная часть которых может быть представлена как одним, так и несколькими языками:



Рисунок 5.

При этом вербально-невербальные *статусы* различаются по соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по их функциям по отношению друг к другу. Нами были зафиксированы в данном случае следующие их две разновидности:

1) репетиционные *статусы*, в которых невербальный компонент повторяет вербальный:



Рисунок 6.

2) интегративные *статусы*, в которых невербальный компонент встроен в вербальный (или наоборот) для совместной передачи информации:

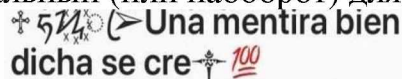


Рисунок 7.

Таким образом, самопрезентация в социальной сети Инстаграм посредством информационного блока *статус* осуществляется за счет целой совокупности языковых и невербальных средств, выбор и форма подачи которых обусловлены желанием пользователя сообщить некую информацию о себе в выгодном для себя свете и, как правило, в позитивно окрашенном эмоциональном тоне.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org>. – Дата доступа : 22.09.2020.
2. Biografía [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://wiki2.org/es/Instagram>. – Дата доступа : 22.09.2020.
3. Лутовинова, О. В. Виртуальный дискурс как одно из направлений в исследовании киберпространства / О. В. Лутовинова // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. : Лингвистика. – 2009. – № 1. – С. 26–32.
4. Мозговая, А. О. Эмотивные маркеры интернет-коммуникации (на примере интернет-сервиса Instagram) / А. О. Мозговая // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2017. – № 2. – Ч. 1. – С. 125–129.
5. Титаренко Н. В., Пархоменко, И. И. Специфика графической репрезентации высказываний в испаноязычном секторе Инстаграм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-graficheskoy-reprezentatsii-vyskazyvaniy-v-ispanyazychnom-sektore-instagram>. – Дата доступа : 22.09.2020.

This article deals with the problem of Self-Presentation of Instagram Spanish Users. The study focuses on the semantic, formal and pragmatic characteristics of their Instagram profiles.

**Keywords:** virtual communication space, self-presentation, profile, nonverbal means.