

# ЭМОТИВНАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ КАК СРЕДСТВО САМОРАСКРЫТИЯ ЛИЧНОСТИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

**Николаева Елизавета Сергеевна**

*Бакалавр, Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград*

В настоящее время Интернет представляет собой пространство, предоставляющее множество вариантов для создания коммуникативных стратегий и способов самораскрытия личности. Погружаясь в мир Интернета, виртуальная личность получает полную свободу: возможность открыто выразить свое мнение по поводу политических, экономических и социальных событий, смело преподнести свою точку зрения, создавать положительную или негативную установку на восприятие некоторых фактов общественной жизни, делиться с другими пользователями своими переживаниями и предоставлять о себе разного вида информацию. Однако пользователи сети Интернет не осознают, что при коммуникации они часто используют определенные коммуникативные стратегии и тактики.

Коммуникативная стратегия является центральным теоретическим понятием в теории прагматики. В широком смысле слова, под коммуникативными стратегиями мы понимаем «сверхзадачи, диктуемые практическими целями говорящего» [3, с. 197]. В узком смысле – это «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [2, с. 278].

Стратегия коммуникации реализуется через тактики, которые выполняют функцию способов осуществления стратегии в конкретной коммуникативной ситуации. Другими словами, коммуникативная тактика представляется нам как совокупность практических способов реализации коммуникативного намерения в реальном процессе речевого взаимодействия. В отличие от коммуникативной стратегии коммуникативная тактика соотносится, прежде всего, не с коммуникативной целью – глобальным замыслом речевого общения, а с набором коммуникативных намерений, которые обуславливаются различными факторами [4, с. 95].

Основными коммуникативными стратегиями Интернет-коммуникации являются стратегии самораскрытия, так как, высказывая свое мнение, комментируя интересующую запись, рассуждая на какую-либо тему, пользователь, в первую очередь, самораскрывается, преподносит другим пользователям сети информацию о себе и своей жизни.

Под самораскрытием в нашей работе мы будем рассматривать «сложный социально-психологический феномен, представляющий собой преимущественно добровольное непосредственное или опосредованное сообщение субъектом личной информации различной степени интимности одному или нескольким

реципиентам» [1, с. 156].

Особый интерес в нашем исследовании уделяется самораскрытию посредством эмоций в комментариях, представленных в социальных сетях и неспециализированных форумах. Изучив комментарии, мы выявили, что часто пользователи сети Интернет предоставляют информацию о себе косвенно. Индивид не напрямую, а посредством эмоций, мыслей, мнения, рассуждений предоставляет информацию о себе и своей жизни. Раскрытие информации происходит пользователем ненамеренно, пользователь не стремится напрямую рассказать другим пользователям сети о своей жизни. Однако его характеристики прослеживаются через эмоции, реплики и поведение в социальных сетях и форумах.

В связи с этим, мы выделили эмотивную коммуникативную стратегию самораскрытия. Основной целью данной стратегии является стремление говорящего выразить свои чувства, эмоции, настроение в отношении речевых проявлений адресата и коммуникативной ситуации в целом. В эмотивной стратегии пользователь стремится передать не конкретные факты или знания, а его чувства, эмоции и внутренние характеристики. Наиболее частотными формами реализации этой стратегии являются использование эмоционально окрашенной лексики, иронии, каламбура, маркеров выражения эмоций.

Для реализации данной стратегии используются комментарии в социальных сетях и форумах. В ходе исследования с помощью метода сплошной выборки было отобрано 400 комментариев, представленных на русскоязычных (vk.com; irc.lv; RC-MIR.com; forum.cofe.ru) и англоязычных (instagram.com; facebook.com; offtopic.com; facethejury.wordpress.com) форумах и социальных сетях.

Анализ комментариев, содержащих эмотивную стратегию самораскрытия, позволил обнаружить ряд коммуникативных тактик, посредством которых данная коммуникативная стратегия была реализована. Данными тактиками являются: 1) выражение эмоционального состояния; 2) передача внутренних характеристик; 3) рассуждение.

1. Тактика выражения эмоционального состояния реализуется посредством эмоций пользователя. Выражая свое мнение, реагируя на реплику другого коммуниканта сети Интернет, пользователь часто передает с помощью комментариев свои переживания, чувства, намерения и настроение.

Пользователь англоязычного форума «Offtopic» публикует следующий комментарий: «*Im too busy 🙄😭 I already have too many things going on in my life like work and a suffering social life I need anything else on my plate !! !! !! or Ill become lonely and grow up to be a cat lady*». Данным обращением пользователь хотел передать свое эмоциональное состояние, которое характеризуется такими чертами, как депрессивность и усталость. Об этом свидетельствуют эмоционально окрашенные маркеры – грустные и плачущие смайлы, восклицательные знаки, эмоционально окрашенная лексика и лексические выражения («*suffering*», «*lonely*», «*grow up to be a cat lady*»).

Негативный комментарий, передающий оскорбленность и недовольство, мы находим под постом про развитие медицинских услуг в России в социальной сети «ВКонтакте». Комментарий содержит следующее сообщение: *«Да я так тоже на прошлой недели в местную поликлинику сходила с чудовещными болями в ноге... какой то белобрысый хлюпик меня принял, что-то там типа понажимал, «поколдовал» короче, ничего путного мне не сказал и отпустил... типа иди с богом все ок. Вчера пошла в частную и оказалось что мне операция нужна. Ну и как потом ходить в гос клиники????🤔🤔🤔🤔🤔»*. Недовольство пользователя медицинским государственным учреждением, услугами и персоналом передается с помощью эмоционально окрашенных маркеров – смайлов, огромного количества вопросительных знаков и эмоционально окрашенной лексики («чудовещные боли», «белобрысый хлюпик», «понажимал», «поколдовал», «ничего путного» и т.д.).

Подобный комментарий, передающий плохое настроение пользователя, опубликован в социальной сети «Facebook»: *«The aim of today was just to keep things as relaxed as possible before tomorrow👉 however, my phone broke and I had the shift from hell at work this evening so it's been about as stressful as possible 😞😞😞»*. Владелец данного комментария, описывая свой день, передает изначально запланированные дела на день, свое намерение, а затем повествует о последствиях проведенного дня. Недовольство и плохое настроение передается с помощью смайлов, передающих эмоцию раздражения и недовольства, и эмоционально окрашенной лексики («the shift from hell», «as stressful as possible»).

Пользователь русскоязычного форума «Forum.cofe» опубликовал следующий комментарий: *«А у меня сегодня был хороший денек 😊))) Планировала в мае выбраться на природу на солнышко, а заодно к солнышку получила морюшкО и винишкО))) КРА-СО-ТА)))»*. Данный комментарий передает настроение пользователя, его эмоциональное состояние. Радость от проведенного дня и хорошее настроение пользователь передает с помощью смайлов, характеризующих положительные эмоции, игры слов («солнышко» = «морюшкО и винишкО»), уменьшительно ласкательных слов («солнышко» «денек»), заглавных букв и дефисов («КРА-СО-ТА»).

2. *Тактика передачи внутренних характеристик.* Довольно часто самораскрытие личности происходит на глубинном уровне. Пользователь ненамеренно дает возможность другим пользователям интернет-сети определить черты его характера, внутренние характеристики. Выявление данных черт происходит посредством эмоций, которые владелец комментария стремился передать.

Так, например, пользователь социальной сети «ВКонтакте» оставляет следующий комментарий на тему волонтерства и помощи бездомным людям и животным: *«А зачем это надо? Смысл тратить деньги на чужих, если я могу их вложить в себя. Смысл пахать на работе сутками а потом впахивать деньги не в себя? Я и близким то с трудом помогаю а вы про чужаков...»*. Мнение,

заложенное в комментарий пользователя, помогает нам определить следующие характеристики владельца комментария: эгоизм и низкий уровень эмпатии. Об этом свидетельствует неоднократное повторение местоимения «я», противопоставление «себя» с «чужими» и экспрессивная лексика («пахать» вместо работать; «впихивать» вместо вкладывать).

Интровертность прослеживается в комментарии, оставленном на русскоязычном форуме «Irc.lv»: «Ненавижу массовые мероприятия 🐾 😡!!!! Выходные на то и даны, чтобы отдохнуть от людей. А то каждый день в метро люди люди люди потом и в выходные еще люди 😞???? ». Данная характеристика передается с помощью экспрессивной лексики («ненавижу» вместо не нравится), огромного количества восклицательных и вопросительных знаков, повторения слова «люди» и маркеров выражения эмоций, смайлов, передающих такие эмоции как злость, раздраженность и недовольство.

Комментарий, передающий внутренние характеристики пользователя, размещен на англоязычном форуме «Facethejury». Комментарий пользователя содержит следующий текст: «*Oh my! I wash my body with soap and water almost every hour. The idea of being with dirty feet seems awful. On nights when I forget to wash them, sometimes I remember as I'm lying in bed and I have to get up and go wash 'em. Otherwise, I'll just keep thinking about it, and thinking about it...*». Данный комментарий передает такие характеристики пользователя, как чистоплотность и заикленность на чистоте. Об этом свидетельствуют смайлы, выражающие эмоции пользователя, эмоционально окрашенная лексика («awful»), повторение выражений с целью подчеркнуть и сделать акцент на данном высказывании («*I'll just keep thinking about it, and thinking about it*»).

3. *Тактика рассуждения* отражает глубинный уровень самораскрытия человека, раскрытие его мыслей. Довольно часто в рассуждениях содержится скрытая информация о пережитом событии в прошлом или намерении, или желании что-либо совершить в будущем.

Так, пользователь социальной сети «ВКонтакте» рассуждает на тему алкоголя и опьянения: «*Самая высокая степень опьянения – это когда ты разговариваешь с людьми, в компании, сам с собой, но это все происходит только в твоей голове*». Данный комментарий не дает никакой фактической информации: мы не знаем ни пол, ни возраст пользователя, ни его профессию. Однако данным комментарием пользователь стремится поделиться со своим опытом, рассказать о случившемся когда-то событии в его жизни.

Другой пользователь социальной сети «ВКонтакте» оставляет следующий комментарий: «*Потому что в 3 ночи как раз начинаются разговоры по душам, и в 3 ночи ты как бы теряешься во времени и пространстве, оно само совершается на подсознательном уровне*». Данный комментарий, подобно предыдущему, не несет фактической информации о его владельце. С помощью данного комментария пользователь, вероятно, стремился поделиться со своими ощущениями и мыслями, возникающими в ночной период времени.

Таким образом, в результате исследования мы пришли к выводу, что пользователи Интернет-сети склонны передавать информацию о себе не напрямую, а посредством эмоций. Передача внутренних характеристик индивида реализуется с помощью коммуникативных тактик, таких как: 1) выражение эмоционального состояния; 2) передача внутренних характеристик; 3) рассуждение. Особенность эмотивной коммуникативной стратегии в сети Интернет заключается в возможности передачи своего настроения, мнения, эмоционального состояния с помощью маркеров выражения эмоций (смайлов), графического выделения акцентированного слова или фразы и возможности открыто выражать свои чувства и мнения.

#### **Список литературы:**

1. Зинченко, Е. В. Самораскрытие и его обусловленность социально-психологическими и личностными факторами: дис. ...канд. психол. наук: 19.00.05: защищена 03.07.00 / Е. В. Зинченко. – Ростов н/Д, 2000. – 256 с.

2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.

3. Паршина, О. Н. Российская политическая речь: теория и практика / Под ред. О.Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 232 с.

4. Farch, C., Kasper, G. (Eds.). Strategies in interlanguage communication. London. – England: Longman, 1983. – 383 p.