

**ЛЕКСИЧЕСКАЯ ЯЗЫКОВАЯ ИГРА
КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ
(на материале постов Твиттера)²**

Книга Юлиа Анатольевна

Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)

Статья посвящена изучению лексической языковой игры как средства реализации коммуникативной стратегии самопрезентации в интернет-дискурсе на примере англоязычных, русскоязычных, белорусскоязычных постов сервиса микроблогов Twitter.

Ключевые слова: языковая игра, самопрезентация, лексический уровень.

The article is devoted to the study of lexical language play as a means of implementing a communicative strategy of self-presentation in Internet discourse on the basis of English-language, Russian-language and Belarusian-language posts on the microblogging service Twitter.

Keywords: language play, self-presentation, lexical level.

¹ Wortlaut des CDU-Antrages.

² Исследование выполнено в рамках НИР «Языковая игра как средство самопрезентации в интернет-дискурсе (на материале английского, русского и белорусского языков)» по гранту Министерства образования Республики Беларусь (№ госрегистрации 20190692).

Самопрезентация – «частный случай коммуникативной презентации, под которой понимается сложный многоплановый процесс установления и развития межперсональных контактов, включающий в себя также выработку стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другими людьми» [1, с. 15]. Самопрезентацию можно рассматривать и как стратегию, и как тактику (см. исследование Е.Н. Василенко [2]). В нашем исследовании мы рассматриваем самопрезентацию как стратегию.

Выделяются две группы тактик стратегии самопрезентации. В подгруппу защитных тактик входят оправдание с принятием на себя ответственности, оправдание с отрицанием ответственности, отречение, препятствование самому себе и извинение. К ассертивным тактикам относят желание понравиться, запугивание, мольба, приписывание себе достижений, преувеличение своих достижений, негативная оценка других и пример для подражания [3].

Одним из средств реализации стратегии самопрезентации является языковая игра. Под языковой игрой принято понимать «определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка» [5, с. 657]. Языковая игра встречается на всех уровнях языка.

Фактическим материалом исследования послужили 6000 постов, опубликованных двенадцатью англоговорящими, русскоговорящими и белорусскоговорящими пользователями сервиса микроблогов Twitter (по четыре пользователя соответственно). Всего в твитах пользователей методом сплошной выборки было отобрано 386 случаев применения языковой игры, из которых лишь 65 использованы для реализации стратегии самопрезентации. Было установлено, что наиболее часто языковая игра как средство реализации стратегии самопрезентации встречается на лексическом уровне (42 случая).

Лексическая языковая игра осуществляется с помощью таких средств, как сравнение, метафора, гипербола, алогизм, антономасия, олицетворение, переигрывание, эпитет, каламбур, оксюморон и перифраз [4]. Общее количество случаев использования лексической языковой игры, встречающихся в постах пользователей Твиттера, представлено в виде таблицы:

Лексическая языковая игра как средство реализации стратегии самопрезентации в твитах англоговорящих, русскоговорящих и белорусскоговорящих пользователей Твиттера

Прием / Пользователь	Англоговорящие пользователи	Русскоговорящие пользователи	Белорусскоговорящие пользователи	Всего
Метафора	4	6	2	12
Эпитет	2	1	1	4
Сравнение	3	7	0	10
Гипербола	0	1	2	3

Прием / Пользователь	Англоговорящие пользователи	Русскоговорящие пользователи	Белорусскоговорящие пользователи	Всего
Перифраз	1	6	0	7
Алогизм	1	1	0	2
Антономасия	1	0	0	1
Каламбур	1	0	0	1
Олицетворение	0	0	1	1
Оксюморон	1	0	0	1
Переигрывание	0	0	0	0
Всего	14	22	6	42

Как следует из таблицы, англоговорящие пользователи чаще всего прибегают к приемам метафоры, сравнения и эпитета, русскоговорящие – к метафорам, сравнениям и перифразам, белорусскоговорящие – к метафорам и гиперболам. Прием переигрывания не был отмечен в твитах пользователей. Ниже представлены примеры наиболее частотных приемов лексической языковой игры как средства реализации стратегии самопрезентации, встретившихся в твитах пользователей.

В своем твите *Jeremy Pinsley* называет президента США Гринчем (персонаж книги Доктора Сьюза «Как Гринч украл Рождество» – злобный зеленый монстр, досаждающий жителям выдуманного города Ктограда), а затем – Сатаной. В этом примере Джереми прибегает к использованию **метафоры** для реализации *негативной оценки* главы государства:

Our president is the Grinch...or maybe Satan (26.12.2018):

1) пользователь *Амёбка* довольно критично относится к своим рисункам и фотографиям. Девушка использует **перифраз** в своем твите для характеристики самой себя, а также тактику *препятствования самому себе: Импотент в области творчества* (18.12.2018):

2) пользователь *Паддубіцкая* для реализации стратегии *преувеличения своих достижений* прибегает к **метафоре** («ува мне змагаюцца амбіцыйны лідар і коцік») и **гиперболе** («лідар, які плануе стаць як мінімум уладаром сусвету»):

Ува мне ўсё жыццё змагаюцца амбіцыйны лідар, які плануе стаць як мінімум уладаром сусвету, і коцік, які проста коцік: ляжыць, спіць, гуляе і больш яму ад жыцця нічога ня трэба (11.04.2018).

Таким образом, лексическая языковая игра наиболее часто используется пользователями Твиттера для средства реализации стратегии самопрезентации. Чаще всего лексическая языковая игра используется англоговорящими пользователями. Во всех исследуемых языках наиболее частотным является

прием метафоры. Англоговорящие пользователи также прибегают к сравнениям и эпитетам, русскоговорящие – к сравнениям и перифразам, белорусскоговорящие – к гиперболам.

Литература

1. Грейдина, Н.Л. Основы коммуникативной презентации / Н.Л. Грейдина. – М. : АСТ, 2005. – 384 с.
2. Василенко, Е.Н. Языковые средства убеждения в политическом дискурсе / Е. Н. Василенко. – Могилев : МГУ имени А.А. Кулешова, 2018. – 164 с.
3. Данилевская, Н.Л. Языковая игра / Н.Л. Данилевская // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под. ред. М.Н. Кожинной [и др.]. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Флинта : Наука, 2006. – С. 657–660.
4. Санников, В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.
5. Lee, S.J. Development of self-presentation scale / S.J. Lee, B. Quigley, M. Nesler [et al.] // Personality and Individual Differences. – 1999. – № 26. – P. 701–722.