

## КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ БЛОГЕРА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЙ ВОЕННОЙ БЛОГОСФЕРЫ)

*Д.А. Шляховой*

**Ключевые слова:** коммуникативные стратегии, тактики речевого поведения, блог-дискурс, речевой портрет военного блогера, военная блогосфера, языковая личность военного блогера.

**Keywords:** communication strategies, speech behavior tactics, blog discourse, military blogger's speech portrait, military blogosphere, language personality of the military blogger.

**DOI 10.14258/filichel(2019)3-04**

### **Введение**

Речевое поведение людей в глобальной сети в последнее десятилетие стало объектом исследования многих лингвистов. Блог-дискурс следует относить к коммуникативному явлению, ввиду его направленности на социальное взаимодействие интернет-пользователей.

Цель нашего исследования состоит в том, чтобы на основе анализа письменной разговорной речи блог-дискурса выявить особенности речевого поведения военных блогеров, характерные черты их самоидентификации в социально-групповой среде единомышленников, описать способы и средства реализации блогерами избранных ими коммуникативных стратегий в различных ситуациях общения.

### **Блог-дискурс как средство реализации коммуникативных потребностей языковой личности**

В.Г. Борботько полагает, что дискурс «состоит из коммуникативных единиц языка – предложений и их объединений в более крупные единства, находящиеся в непрерывной смысловой связи, что позволяет воспринимать его как цельное образование» [Борботько, 1981, с. 8]. Б.М. Гаспаров называет дискурс центральным элементом языковой личности, который отражает: 1) коммуникативные намерения автора; 2) взаимоотношения автора и адресатов; 3) всевозможные «обстоятельства», значимые и случайные; 4) общие идеологические черты и стилистический климат эпохи в целом и той конкретной среды и конкретных личностей, которым

сообщение прямо или косвенно адресовано; 5) жанровые и стилевые черты как самого сообщения, так и той коммуникативной ситуации, в которую оно включается; 6) множество ассоциаций с предыдущим опытом, так или иначе попавших в орбиту данного языкового действия [Гаспаров, 1996, с. 10].

Блог-дискурс в полной мере соотносится с определениями, приведенными выше, так как сама блогосфера – это воплощение естественной речи совершенно любых стилей и жанров, в то время как части блогов – постинги и комментарии (или тексты-стимулы и реплики-реакции) – представляют собой отдельные речевые произведения, создаваемые под воздействием индивидуальных речевых и поведенческих особенностей.

В.И. Карасик определяет поведенческие характеристики языковой личности как «совокупность вербальных и невербальных индексов, определяющих языковую личность как индивидуума или как тип». В аспекте коммуникативного поведения рассматриваются прагмалингвистические параметры языковой личности, то есть общение как деятельность, имеющая мотивы, цели, стратегии и способы их реализации [Карасик, 2002, с. 45].

Обобщая вышеизложенные теоретические положения, приходим к выводу, что коммуникативные намерения автора блога, выраженные в его коммуникативных стратегиях, определяют тип дискурса, который преобладает в блоге как совокупности речевых произведений или актов (в форме постингов), и, следовательно, составляет значительную часть речевого портрета автора или его языковой личности.

Для анализа ситуаций общения, в которых оказываются военные блогеры немецкого сегмента Instagram, ниже мы будем использовать понятие коммуникативной стратегии.

### **Языковая личность блогера**

Понятие коммуникативной стратегии связывается с типом поведения в диалоговом общении, который соотносится с планом достижения коммуникативных целей [Макаров, 2003, с. 194]. В свою очередь, употребление языковых средств обусловлено социальными факторами, то есть конкретной деятельностью или профессией автора, и отражается в его речевых актах [Татарникова, 2012]. В интернет-коммуникации к типу поведения блогера добавляется фактор относительной анонимности, то есть перед читателем может предстать и виртуальная языковая личность, искусственно созданная кем-то для достижения своих целей. Определить, какая языковая личность предстает перед читателем – реальная или виртуальная – оказывается достаточно сложно, то есть автор блога портретирует в виртуальном

пространстве либо свою настоящую личность, либо желаемую, искусственно им созданную.

Одна из особенностей языковой личности блогера – ее функционирование в рамках технической системы, имеющей в своем виртуальном выражении вербальное воплощение, которое предоставляет широкие возможности для реализации желаемого образа блогера. Это позволяет реальной личности замаскироваться под любой виртуальный образ [Рябова, 2018, с. 47-48], в зависимости от общего или коммуникативного замысла.

Основной принцип повествования в блоге – это субъективизированное повествование, то есть интерпретация автором блога событий или явлений через призму своего собственного понимания таковых. Речевые формы субъективизации повествования в блогосфере имеют ярко выраженный дискурсивный характер, а именно использование разговорных конструкций и экспрессивного синтаксиса, диалогическое построение речи, употребление личных местоимений [Клушина, Люликова, Николаева, Селезнева, 2018, с. 62]. Анализ стратегических и тактических линий речевого поведения, которые через определенные языковые характеристики отражают коммуникативные портреты пользователей интерактивных ресурсов, как утверждает М.С. Рыжков, подчас является единственным средством, позволяющим достроить образ партнера по интернет-коммуникации (в условиях формально неконтактного общения) [Рыжков, 2016, с. 85]. Поскольку реальная языковая личность имеет свои коммуникативно-поведенческие особенности, зависящие от потребностей, мотивов и целей, процесс речепорождения и создания речевых произведений у любых субъектов блог-дискурса будет подчиняться законам коммуникативной лингвистики. Следовательно, воздействие субъектов друг на друга будет обусловлено наличием определенных коммуникативных стратегий и тактик как средств реализации таковых.

### **Коммуникативные стратегии и тактики субъектов военной блогосферы**

Применительно к интернет-коммуникации в блог-дискурсе У Баоянь выделяет три основные частные стратегии: Я-стратегия (стратегия самопрезентации, создания виртуального образа), Ты-стратегия (стратегия адресованности, интерактивности), Мы-стратегия (стратегия интеграции, поддержания и развития дружелюбного сообщества). Исследовательница приходит к выводу, что стратегической задачей коммуникантов и основной целью коммуникации является создание и укрепление коммуникативной

комфортности. Под коммуникативной комфортностью подразумевается ощущение безопасности, доверия, приятности общения, вызывающее у собеседников желание продолжать разговор и развивать общение [Баоянь, 2008, с. 96-97].

Таким образом, единой для всей блогосферы глобальной стратегией коммуникации – «инвариантной» в терминологии У Баоянь – мы считаем коммуникативную комфортность, которая реализуется в частных стратегиях широкого плана и узкого плана. Продолжая исследование У Баоянь, Т.М. Гермашева выделяет в узком плане 1) стратегию максимального расширения круга партнеров по коммуникации; 2) стратегию идеализированной самопрезентации; 3) стратегию демонстрации компетентности; 4) стратегию использования заимствованной информации; 5) «психотерапевтическую» стратегию; 6) стратегию саморекламы. Наблюдается пересечение некоторых стратегий данной классификации [Гермашева, 2011, с. 9].

Коммуникативной стратегии не существует без средств ее реализации – тактик речевого поведения. Под этим понятием вслед за О.С. Иссерс [Иссерс, 2008] и В.С. Третьяковой [Третьякова, 2003] мы понимаем совокупность речевых приемов, их динамическое использование в построении диалогового общения для достижения плана, определенного коммуникативной стратегией. Эти приемы нацелены на установление и поддержание контактов, привлечение внимания, убеждение адресатов речи.

Ввиду особенности блог-платформы Instagram, а именно обязательной публикации фото (картинки) или видео, стратегия самопрезентации и самоидентификации на личных страницах блогеров выражена всегда, вербально и невербально. К невербальным средствам можем отнести изображения или видеофрагменты, иногда специально заготовленные для будущей публикации, с выдуманным сюжетом и аранжировкой и т.д. Под изображением может даваться текст, изобилующий эмоджиками, и так называемые «хэштеги» (тематические метки). Последние несут на себе социально-обусловленную смысловую нагрузку, описывающую и дополняющую общий портрет пользователя, и играют роль адресности сообщения – выполняют так называемую «таргетирующую» функцию (от англ. *target* 'цель'), или функцию цели. Следует заметить, что хэштеги могут никак не перекликаться с опубликованной фотографией или видео, а использоваться как «катализаторы популярности», увеличивая число пользователей коммуникативного пространства блогосферы, что

можно назвать характерной чертой любой из рассматриваемых коммуникативных стратегий.

Итак, к частным коммуникативным стратегиям широкого плана относим **самопрезентацию, интеракцию и интеграцию.**

**Стратегия самопрезентации** – коммуникативная стратегия, призванная привлечь читателей и комментаторов. Блогер создает собственный виртуальный образ, старается наделить его чертами индивидуальности реальной личности, либо создать столь же уникальную по своей индивидуальности виртуальную личность. Проверить подлинность виртуальной личности автора, как мы выяснили ранее, практически невозможно. On-line-дневник служит прекрасным материалом для наблюдений над тем, как языковая личность создает свой мир, конструирует свой образ и корректирует свое речевое поведение как единственный инструмент демонстрации своего существования [Калинина, 2012, с. 5]. Тактики самопрезентации, то есть средства достижения коммуникативной стратегии, могут быть бесконечно разнообразными и зависят лишь от фантазии автора, его языковых и коммуникативных компетенций, а именно возможностей самовыражения всеми доступными на определенной блог-платформе средствами вербального и невербального характера.

Практически все существующие стили речи и жанры текстов можно встретить в прямой или косвенной самопрезентации, так как эта коммуникативная стратегия считается основной в блогосфере. Можно сказать, что блогера без самопрезентации не существует – у него всегда есть имя («никнейм»), своя интернет-страница, свои тексты. Мы выделяем следующие характеристики коммуникативной стратегии самопрезентации: 1) конвергенцию устного и письменного языка; 2) идиолектность речи, то есть индивидуальные особенности речи каждого автора; 3) экспериментальность речи как желание или стремление к чему-то новому, к развитию – «пробы пера» в разных жанрах; 4) ориентированность на определенную социокультурную общность через средства языка, например, лексику; 5) закрепление целей и задач личного блога.

В качестве примера стратегии самопрезентации в Instagram приведем постинг пользователя с ником *patte*, который опубликовал фото с изображением военнослужащего у замаскированного броневедомобиля со следующим текстом: «*Man da bin ich ja noch jung*

*und knackig*»<sup>1</sup>. ‘Посмотри, какой я здесь еще совсем молодой и крепкий’, с хэштегами «#bundeswehr #wirdienendeutschland #soldat #heer #grenni #germanarmy #military #afghanistan» ‘#бундесвер, #мы служим Германии, #военнослужащий, #сухопутные войска, #мотопехота, #армия Германии, #военный, #Афганистан’ (patte \_\_. 15.02.2019).

Создаваемый блогером виртуальный образ, реализуемый в стратегии самопрезентации, преследует различные цели. М.Э. Рябова выделяет среди них привлечение внимания, потребность одобрения, избегание неодобрения [Рябова, 2018, с. 49], И.С. Черкасова расширяет этот список до демонстрации личностных характеристик и попыток управления мнением других [Черкасова, 2006]. Коммуникативная стратегия самопрезентации в Instagram, благодаря техническим возможностям, выражает, кроме всего прочего, интенцию нарциссизма, когда блогер настойчиво советует своим читателям следовать мемам – «делай как я» или «будь как я». Такое явление заметно как в стратегии самопрезентации и идеализированной самопрезентации, так и в стратегии саморекламы, которые будут описаны ниже.

**Стратегия интеракции, или «Ты-стратегия»,** по У Баоянь, адресована всем пользователям соответствующей социальной группы. Субъект стратегии интеракции, то есть хозяин блога<sup>2</sup>, открыто призывает всех своих читателей к активному участию в дискуссии, комментированию, обмену мнениями.

Рассмотрим пример реализации стратегии интеракции в постинге пользователя *soldaten\_respekt*: «*Würdest du gegen dein Wurzelland kämpfen, wenn es hart auf hart kommt?*» (*soldaten\_respekt*. 15.02.2019) ‘Стал бы ты участвовать в войне с той страной, откуда ты родом?’<sup>3</sup>. Автор обращается к своим читателям с вопросом, который требует обсуждения вследствие своей злободневности. Тактиками такой стратегии считаются языковые средства обращения (чаще ко второму лицу, выраженному местоимением *du* ‘ты’) – вопросительные и побудительные предложения.

**Стратегия интеграции, или «Мы-стратегия»,** используется для расширения круга читателей и коммуникантов, создания и

---

<sup>1</sup> Здесь и далее мы сохраняем тексты блогеров в оригинальном написании. В наших переводах мы стараемся по возможности сохранить стилистику немецкой разговорной речи.

<sup>2</sup> *Хозяин блога* – владелец блога на жаргоне блогеров.

<sup>3</sup> Вопрос задает потомок мигрантов, который заключил контракт на добровольную службу в бундесвере.

поддержания дружелюбного сообщества: «*Wir sind Soldaten, wir sind Kameraden und wir gehören zusammen. Egal welche Religion, egal welche Hautfarben. WIR Dienen zusammen und wir gehören zusammen. Traurig das es nunja vermeintliche Kameraden gibt die das nicht so sehen. Aber die sind dann wohl fehl am Platze und sollten ihren Dienst überdenken...*» (sportkamerad\_. 16.02.2019) ‘Мы солдаты, мы товарищи по оружию, и мы – единое целое. Неважно, каким богам мы молимся, какого цвета наша кожа. МЫ служим вместе, и мы – одно целое. Печально, что не все из нас так думают. Они явно не на своем месте, им надо бы найти для себя другую службу...’

Средствами реализации стратегии интеграции можно считать обращенность текстов пользователя ко всему сообществу своей социальной группы. Это могут быть призывы к выработке единого подхода к какой-либо проблеме, сбор мнений, цитирование вопросов других пользователей или просто работа над созданием комфортного коммуникативного пространства. Языковые средства реализации могут быть совершенно разными, но общей чертой будут на лексическом уровне – местоимение *wir* ‘мы’, на синтаксическом уровне – фразы-обобщения типа *Wir sind Soldaten* ‘мы – солдаты’, *Wir sind Kameraden* ‘мы – товарищи’. На уровне семантики целого текста будут проявлены общие интересы и ценности большинства представителей социальной группы, например, *честная служба в интересах своей страны (dem Land treu dienen)*, *совмещение семейной жизни и военной службы (Vereinbarkeit von Familie und Dienst)*, *дух товарищества (Kameradschaftsgeist)* и др.

«Ты-стратегия» и «Мы-стратегия» зачастую пересекаются, но имеют одно существенное отличие: «при Ты-стратегии хозяин дневника фокусируется на том, чтобы дать возможность читателям самопроявиться, высказаться, его интересуют их личные мнения, привычки и т.п., а при Мы-стратегии хозяин сосредоточен на организации общей дискуссии и выработке коллективного решения проблемы или мнения по вопросу» [Баоянь, 2008, с. 116].

В ходе исследования нам удалось выделить в среде военных блогеров немецкого сегмента коммуникативные **стратегии узкого плана**, или **субстратегии**. Таковы идеализированная самопрезентация, стратегия саморекламы, демонстрация компетентности, заимствования информации, цитирования.

**Стратегия идеализированной самопрезентации** – создание «идеального» образа, примера для подражания: «*Etwas anderes als Sanitätsdienst kommt für mich nicht in Frage. Es macht mich einfach glücklich, dazu beizutragen, dass Menschen geholfen werden kann. Besonders, wenn es Ihnen garnicht gut geht*» (sportkamerad\_. 10.02.2019) ‘Не могу себя

представить вне медико-санитарной службы. Я просто счастлив, что имею возможность помогать людям. Особенно, когда им совсем плохо». Речи придается особый, возвышенно-разговорный стиль, в ней используются синтаксические конструкции более сложные, чем в обиходно-разговорной речи: «*dazu beizutragen, dass Menschen geholfen werden kann*» – придаточное предложение, осложненное безличной пассивной конструкцией с модальным глаголом *können*.

**Стратегия саморекламы и рекламы военной службы** позволяет определенным личностям подчеркнуть свою оригинальность, выделиться из ряда других пользователей, возбудить интерес к своей персоне или своему роду деятельности, породить в других людях желание им подражать. Такой стратегии придерживается пользователь Instagram с ником hixipower: «*Ohne Worte!? Haha^^ nicht bei mir 🍀☺️—————> Ich hab gerne meine Uniform an! Warum!? Abwechslung! Schnöde im Büro rum sitzen oder den ganzen Tag in der Werkstatt stehen, wäre nicht mein Ding!!!*» #bundeswehrlife #hixipower #natural #bodybuilder #instafitness #gym #fashion #muscle #lifestyle #picoftheday #protein #health #instafood #muscle #trainingssession #noexcuses #muscleandfitness #ifeelgood #fitness #mindset #gymjunkie #foodlove #bundeswehrsoldat #instagood #pictureoftheday #bundeswehr #germanforces #soldier. (hixipower. 10.02.2019) 'Нет слов?! Ха-ха^^ но не у меня 🍀☺️—————> Я с удовольствием ношу военную форму! Почему?! Разнообразие! Тупо сидеть в офисе или торчать целыми днями в мастерской – это не мое!!!'

Тактические приемы такой стратегии: разговорный стиль, короткие предложения, простой лексический набор, использование слоганов или лозунгов (либо стремление к их использованию), повышенная эмоциональная нагрузка при высокой динамике речи – практически все те же методы, которые применяются в наружной рекламе или в СМИ.

Особой популярностью пользуются хэштеги, которые предназначены для самой широкой аудитории с прицелом на определенные социальные группы, в данном конкретном случае на любителей *спорта* (хэштеги #bodybuilder 'бодибилдер' #instafitness 'инста-фитнес' #gym 'спортзал' #muscle 'мышцы' #protein 'протеин' #trainingssession 'тренировка' #muscleandfitness 'мышцы и фитнес' #fitness 'фитнес' #gymjunkie 'любитель тренажерного зала'), *здорового питания* (#natural 'натуральный' #lifestyle 'стиль жизни' #health 'здоровье' #instafood 'инста-еда' #foodlove 'любовь к еде') и *военнослужащих* (#bundeswehrsoldat 'военнослужащий бундесвера' #bundeswehr 'бундесвер' #germanforces 'вооруженные силы ФРГ' #soldier 'военнослужащий').

**Стратегия демонстрации компетентности** встречается среди военнослужащих-блогеров довольно часто, так как они обладают специфическими знаниями в различных областях военного дела. Каждый из таких специалистов может поделиться своими знаниями с коллегами онлайн, что и происходит в некоторых диалогах, замеченных нами в Instagram:

Диалог 1 (mooritz. 13.02.2019):

- *Was ist das für nen Fahrzeug?* ‘Что это за машина?’;
- *ein TPz Fuchs A8* ‘Это БТР Фукс А8’.

Диалог 2 (nicoleee261. 13.02.2019):

– *Was macht die Hand am Magazin? Junge Junge* ‘Почему рука на магазине? Ну и ну!’

– *Hand am Magazin wenn man nicht genug Druck in die Schulter aufbringen kann.* ‘Рука на магазине, если не хватает сил прижать винтовку к плечу’.

– *oder beim bewegen, stabilem einzelfeuer etc.* ‘или при стрельбе в движении, для стабильного положения винтовки при одиночных выстрелах и т.д.’

Основным тактическим приемом стратегии демонстрации компетентности считаем использование узкоспециальной терминологии, вкрапленной в разговорный стиль речи: *TPz* ‘БТР’, *Einzelfeuer* ‘одиночный огонь’, *Rückstoß* ‘отдача (в момент производства выстрела)’ и др. Чаше, чем в других, в этой стратегии замечаем вопросительные и побудительные предложения. К особенностям синтаксиса названной стратегии относим употребление безличных и неопределенно-личных конструкций, вводимых в речь местоимениями *es* (или артиклем *das*) и *man* соответственно, или предложений без подлежащего, но со сказуемым в форме инфинитива: «aber definitiv nicht das Magazin *umfassen*» ‘Уж точно не обхватывать магазин’.

**Стратегия цитирования или заимствования информации.** Блогер может заимствовать фразу другого блогера или кого бы то ни было, помещает его слова в кавычки, однако наименование источника, как правило, не указывает. В ходе исследования мы заметили, что военные блогеры склонны к цитированию философов, поэтов, военных деятелей и т.п., а не своих «коллег»: «*Die Armee ist die vornehmste aller Institutionen in jedem Lande; denn sie allein ermöglicht das Bestehen aller übrigen Einrichtungen*» (dario.rizzo.129. 10.02.2019) ‘Армия – важнейший институт в каждой стране, ведь только она делает возможным существование всех остальных государственных структур’. Автор использовал цитату Отто фон Бисмарка, но не стал указывать имя автора, ограничившись лишь постановкой фразы в кавычки. Тактикой считаем собственно цитату,

дополненную невербальными средствами, к которым относятся фото- и видеоматериалы, гиперссылки и эмодзи.

### **Заключение**

Коммуникативная компетенция в виртуальной коммуникативной среде предполагает владение коммуникативными стратегиями в ситуации блог-коммуникации. Определению коммуникативных стратегий блог-дискурса способствует исследование правил и схем, управляющих коммуникативными событиями. Эти правила и схемы отражают потребности субъекта блог-дискурса, они сформированы на основе ценностной картины мира виртуальной языковой личности. Следовательно, представляется возможным выражение виртуального коммуникативного поведения субъекта блог-дискурса в терминах лингвистической аксиологии и когнитивной лингвистики, его изучение и обобщение посредством фреймового анализа блог-дискурса. Выделив наиболее частотные коммуникативные стратегии немецких военных блогеров с платформы Instagram, мы можем сформировать представление об их ценностной картине мира, о типичных для них ситуациях общения, моделях речевого воздействия на адресата, структуре их социального взаимодействия, лексико-грамматических особенностях употребления ими языковых средств. В частности, мы приходим к выводу, что основной тенденцией выстраивания блог-коммуникации в среде военных блогеров является создание зоны комфортного общения с единомышленниками – представителями своей же социальной группы. Понятие комфортной среды не имеет четких границ, поэтому в среде блогеров оно имеет индивидуализированный характер – отсюда появляются различия в выборе коммуникативных стратегий широкого и узкого плана. Для обозначения своей позиции во внутригрупповом общении блогер будет использовать коммуникативные стратегии широкого плана – самопрезентация, интеракция и интеграция, и узкого плана – идеализированная самопрезентация, стратегия саморекламы, демонстрация компетентности, заимствования информации и цитирования. Коммуникативные стратегии часто пересекаются друг с другом, отражая коммуникативные цели блогера. Например, желание добиться общественного признания и популярности может быть выражено коммуникативной стратегией самопрезентации + демонстрации компетентности; желание найти поддержку в решении какого-либо вопроса – стратегией интеграции + интеракции, и т.п. Средства реализации

коммуникативных стратегий, избираемых блогерами, поставлены в прямую зависимость от потребностей, целей, мотивов и языковой компетентности авторов, то есть носят идиологический характер. Анализ стратегических и тактических линий речевого поведения субъекта блог-коммуникации позволяет нам восстановить индивидуальный речевой портрет военного блогера, и впоследствии, вычленив общие черты из совокупности индивидуальных портретов, – создать обобщенный речевой портрет представителя немецкой военной блогосферы, что является главной задачей нашего исследования.

### Литература

Баоянь У. Коммуникативные стратегии и тактики и языковые средства их реализации в русскоязычной неформальной межличностной дискуссии (на материале Интернет-дневников): дис. ... канд. филол. наук. М., 2008.

Борботько В.Г. Элементы теории дискурса. Грозный, 1981.

Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996.

Гермашева Т.М. Языковая личность субъекта блог-дискурса: лингвокогнитивный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2011.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2008.

Калинина Е.И. Системно-структурное моделирование внутрияжанрового пространства гипержанра «дневник» (на материале британской лингвокультуры): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новокузнецк, 2012.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002.

Клушина Н.И., Люликова А.В., Николаева А.В., Селезнева Л.В. Динамика коммуникативных норм в современной русской речи // Филология и человек. 2018. № 3. DOI: 10.14258/filichel(2018)3-05.

Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М., 2003.

Рыжков М.С. Речевые стратегии и тактики интернет-коммуникации (на материале чатов) // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. М., 2016.

Рябова М.Э. Языковая личность блогера в современной коммуникации // Организационная психоллингвистика. 2018. № 1.

Татарникова Н.М. Анализ коммуникативных стратегий как способ изучения стилевой черты // Филология и человек. 2012. № 1.

Третьякова В.С. Речевой конфликт и аспекты его изучения // Юрислингвистика. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoy-konflikt-i-aspekty-ego-izucheniya-1>.

Черкасова И.С. Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации личности в русских и немецких объявлениях о знакомстве: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006.

### Список источников

ГЕРАКЛИТ О ВОЙНЕ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.liveinternet.ru/users/debut/post351685110/>

- andrewbarclay\_. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/Bt3hpyLAu1W/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/Bt3hpyLAu1W/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- dario.rizzo.129. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/BkZoj4QgKa4/hixipower.> [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/BiUbw-Kj3MI/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/BiUbw-Kj3MI/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- infamous\_mishka. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/Bt0UK-LnSRv/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/Bt0UK-LnSRv/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- ltdan897. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/Bui9aXRndsfs\\_D-TJJp5F8XsAflHPftABib880/?utm\\_source=ig\\_share\\_sheet&igshid=w3434vk5vw3qmooritz.](https://www.instagram.com/p/Bui9aXRndsfs_D-TJJp5F8XsAflHPftABib880/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=w3434vk5vw3qmooritz.) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/BsP4q65FQzo/nicoleee261.> [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/Bn1EnMMD7ir/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheetpatte\\_\\_\\_\\_.](https://www.instagram.com/p/Bn1EnMMD7ir/?utm_source=ig_web_button_share_sheetpatte____.) [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/BZ9OeGV1KuJ/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/BZ9OeGV1KuJ/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- soldaten\_respekt. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/Bs8TRhPHcWH/sportkamerad\\_.](https://www.instagram.com/p/Bs8TRhPHcWH/sportkamerad_.) [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/BsqIyv5HbNu/?utm\\_source=ig\\_share\\_sheet&igshid=wniwwvzno13r](https://www.instagram.com/p/BsqIyv5HbNu/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=wniwwvzno13r)
- sportkamerad\_. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.instagram.com/p/Btq80IHivkw/sportkamerad\\_.](https://www.instagram.com/p/Btq80IHivkw/sportkamerad_.) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/Bt8qq-EiYMc/>

## References

- Baoyan' U. *Kommunikativnye strategii i taktiki i yazykovye sredstva ikh realizatsii v russkoyazychnoy neformal'noy mezhluchnostnoy diskussii (na materiale Internet-dnevnikov)* [Communicative Strategies and Tactics and Language Means of Their Implementation in the Russian-Speaking Informal Interpersonal Discussion (on the material of Internet diaries)]. Cand. of Philol. Diss. Moskva, 2008.
- Borbot'ko V.G. *Elementy teorii diskursa* [Elements of the Theory of Discourse]. Groznyy, 1981.
- Gasparov B.M. *Yazyk, pamyat', obraz. Lingvistika yazykovogo sushchestvovaniya* [Language, Memory, Image. Linguistics of Language Existence]. Moskva, 1996.
- Germasheva T.M. *Yazykovaya lichnost' sub"ekta blog-diskursa: lingvokognitivnyy aspekt* [The Linguistic Identity of the Subject of a Blog Discourse: the Linguo-Cognitive Aspect]. Abstract of Philol. Cand. Diss. Nal'chik, 2011.
- Issers O.S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative Strategies and Tactics of Russian Language]. Moskva, 2008.
- Karasik V.I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd, 2002.
- Klushina N.I., Lyulikova A.V., Nikolaeva A.V., Selezneva L.V. *Dinamika kommunikativnykh norm v sovremennoy russkoy rechi* [Dynamics of Communicative Norms in Modern Russian Speech.]. *Filologiya i chelovek* [Philology & Human]. Barnaul, 2018. No. 3. DOI: 10.14258/filichel(2018)3-05

Makarov M.L. *Osnovy teorii diskursa* [Fundamentals of the Discourse Theory]. Moskva, 2003.

Ryzhkov M.S. *Rechevye strategii i taktiki internet-kommunikatsii (na materiale chatov)*. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Speech Strategies and Tactics of Internet Communication (on the material of the chat)]. Moskva, 2016.

Ryabova M.E. *Yazykovaya lichnost' blogera v sovremennoy kommunikatsii* [Blogger's Lingual Identity in Modern Network Communication]. *Organizatsionnaya psikholingvistika* [Organizational Psycholinguistics]. 2018. No. 1.

Tatarnikova N.M. *Analiz kommunikativnykh strategiy kak sposob izucheniya stilevoy cherty* [Analysis of Communication Strategies as a Way to Study the Style Line]. *Filologiya i chelovek* [Philology & Human]. 2012. No. 1.

Tret'yakova V.S. *Rechevoy konflikt i aspekty ego izucheniya* [Speech Conflict and Aspects of Its Study]. *Yurislingvistika* [Legal Linguistics]. 2004. No. 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoy-konflikt-i-aspekty-ego-izucheniya-1>

Cherkasova I.S. *Realizatsiya kommunikativnoy strategii samoprezentatsii lichnosti v russkikh i nemetskikh ob'yavleniyakh o znakomstve* [Implementation of the Communicative Strategy of Self-Presentation of Personality in Russian and German Announcements of Acquaintance]. Abstract of Philol. Cand. Diss. Volograd, 2006.

### List of sources

- Geraklit o voine* [Heraclit about the War]. URL: <https://www.liveinternet.ru/users/debut/post351685110/>
- andrewbarclay. URL: [https://www.instagram.com/p/Bt3hpyLAu1W/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/Bt3hpyLAu1W/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- dario.rizzo.129. URL: <https://www.instagram.com/p/BkZoj4QgKa4/hixipower>. URL: [https://www.instagram.com/p/BiUbw-Kj3Ml/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/BiUbw-Kj3Ml/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- infamous\_mishka. URL: [https://www.instagram.com/p/Bt0UK-LnSRv/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/Bt0UK-LnSRv/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- ltdan897. [Electronic source]. URL: [https://www.instagram.com/p/Bui9aXRndsfs\\_D-TJJp5F8XsAfliHPftABib880/?utm\\_source=ig\\_share\\_sheet&igshid=w3434vk5vw3qmooritz](https://www.instagram.com/p/Bui9aXRndsfs_D-TJJp5F8XsAfliHPftABib880/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=w3434vk5vw3qmooritz). URL: <https://www.instagram.com/p/BsP4q65FQzo/nicoleee261>. URL: [https://www.instagram.com/p/Bn1EnMMD7ir/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/Bn1EnMMD7ir/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- patte. URL: [https://www.instagram.com/p/BZ9OeGVlKuJ/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/BZ9OeGVlKuJ/?utm_source=ig_web_button_share_sheet)
- soldaten\_respekt. URL: <https://www.instagram.com/p/Bs8TRhPHcWH/sportkamerad>. URL: [https://www.instagram.com/p/BsqiIv5HbNu/?utm\\_source=ig\\_share\\_sheet&igshid=wniwwvzno13r](https://www.instagram.com/p/BsqiIv5HbNu/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=wniwwvzno13r)
- sportkamerad. URL: <https://www.instagram.com/p/Btq80IHivkw/>
- sportkamerad. URL: <https://www.instagram.com/p/Bt8qq-EiYMc/>