

СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ: ПРОФЕССИЯ VS. СЕМЬЯ

Самопрезентация выступает неотъемлемой составляющей деятельности любого человека на протяжении всей его жизни, поэтому исследователи говорят о все более широком понимании важности данной коммуникативной стратегии [4, с. 64–66]. Тот факт, что в каждом коммуникативном эпизоде присутствует отправитель, с большей или меньшей степенью успеха управляющий процессом конструирования собственного образа у адресата, позволяет сделать вывод об универсальном характере стратегии самопрезентации.

Тактический репертуар указанной стратегии весьма богат и может включать самооценку (с акцентом на внешность, характер, интеллект, материальное состояние, ценности), оценку другим лицом, описание фактов из жизни (или передачу объективной информации о себе), демонстрацию профессиональных достоинств, апелляцию к авторитету, оправдание, извинение, прямую саморекламу, преувеличение собственных достижений, самокритику, откровенность, «ложную скромность», негативную оценку других и др. [1; 2; 4].

Мнения о том, следует ли считать самопрезентацию стратегией либо тактикой, разделились. С одной стороны, самопрезентация «внутренне присуща любому виду общения и представляет собой демонстрацию человеком своих личностных особенностей» [1, с. 187]. С другой стороны, некоторые типы текста более удобны для самовыражения, чем другие. Например, самопрезентация выходит на первый план в интернет-жанре эссе, который диалогичен по своей природе и связан с личностным самовыражением пишущего [3], а также на собеседовании при приеме на работу [1]. Совершенно очевидно, что в таких ситуациях «представление себя – это стратегия, а не тактика, так как именно самопрезентация является той самой “сверхцелью”, которую осознанно ставит перед собой человек» [Там же, с. 187]. Каким бы ни был масштаб рассмотрения самопрезентации, в ходе осуществления данного процесса человек потенциально может использовать все существующее многообразие коммуникативных стратегий и тактик. «Предпочтение тем или иным тактикам отдается в зависимости от социального контекста, личностных особенностей <...> субъекта самопрезентации» [4, с. 67]. Таким образом, несмотря на универсальность самопрезентации как таковой, наблюдаются значительные индивидуальные различия в ее осуществлении.

В настоящей работе рассматриваются публикации имиджевого характера, размещенные на сайте издательского дома «Беларусь сегодня» (*sb.by*) в 2024 г. Проанализированные сообщения представляют собой тексты разных

жанров (интервью, статьи, репортажи), однако все они объединены тем, что их герои в какой-то момент рассказывают о себе, реализуя стратегию самопрезентации комплексом тактик.

Прежде всего, выделим описание фактов биографии, соответствующее тактике передачи объективной информации: *Я родом из Сосновки; Сюда я перешла лишь в 10-м классе и проучилась всего два года; Сама из Гомеля, в Кировскую ЦРБ приехала по распределению; Я ходила в театральный кружок. Еще пела в хоре, выступала в составе квартета; Я быстро вышла замуж, родила ребенка... Окончила торгово-экономический техникум; Этот автомобиль мы купили с другом напополам за 200 долларов – скинулись по 100.* Традиционно герои публикаций рассказывают о месте своего рождения, детстве, учебе в учреждениях среднего и высшего образования, семейной и профессиональной карьере.

Еще одной релевантной для исследуемого материала тактикой является самохарактеризация. Как правило, говорящие оценивают свои коммуникативные навыки (*С удовольствием подключаюсь к обсуждению любых тем; Я стараюсь со всеми говорить честно, открыто, по-дружески*) и отмечают психологические черты: *А вот сама я холерик; У меня легкий характер; Я очень упертая и предпочитаю рубить правду в лицо.* Также они обязательно говорят о своей профессиональной компетентности и опыте работы: *Основная диагностика – в твоей голове, твоих знаниях и умениях; Личностно-ориентированное обучение – это здорово. У меня в практике была ученица...; Когда едем на вызов, мы уже по сообщению диспетчера и своему опыту представляем, с чем столкнемся; Кстати, это мой 25-й сезон на комбайне; Я столько работаю с людьми, есть что рассказать и сделать.* Подчеркивается добросовестное отношение к труду, тщательное исполнение служебных обязанностей, эмоциональная вовлеченность: *И вообще, всегда переживаем. Как-то отдали заказ... И все полтора месяца ходили переживали, пока нам наконец не сказали, что все хорошо; И вот когда ты его «заведешь», довезешь в клинику, а он потом выписывается и говорит спасибо – это самое прекрасное в нашей работе; В нашей службе случайных людей нет. Это адреналиновая профессия, ты работаешь на кончике иглы; Это здорово, когда ты каждый день чувствуешь себя нужным людям; С первых дней так втянулся в ответственное дело, что, управляя много-тонной машиной, часто не замечал, как летит время. Нужно показывать личным примером, что можно нести добро.*

С одной стороны, рассказ о профессиональной деятельности может быть весьма подробным и изобилует деталями (апелляция к фактам, передача объективной информации): *В 08:00 я уже должен начать свою деятельность, перед этим нужно пройти через проходную и добраться до рабочего места; Чтобы собрать его [устройство], использовали сантехническую трубу, крепление для велосипеда, клей, батарейки, вентилятор; У нас неплохие охваты – более 75 процентов территории страны. Мы звучим в 20 го-*

родах, в том числе областных. С другой стороны, осуществляется апелляция к эмоциям, когда на первый план выходит описание чувств и переживаний, связанных с работой: *Обожаю все это!; Словами не выразить, это надо чувствовать!; Сейчас я точно самый счастливый человек.* При этом самооценка в ходе демонстрации профессиональных достоинств и карьерных успехов главного героя граничит с тактикой саморекламы, а иногда и преувеличением собственных достижений: *Нужно самому быть **авторитетом** и создавать его вокруг нашей профессии; Уже стал **настоящим специалистом** в этом направлении ветеринарии; Скажу честно: все задумки (даже очень **смелые**) на этом этапе **воплощены в жизнь**; Получилось **как в кино**!; Среди генералов и полковников я **одна женищина**!; И может, **нескромно**, но тренд я тогда запустил...*

Встречаются и тактики самокритики, оправдания, особенно если речь идет о карьерных неудачах. Иногда главный герой публикации признается, что ему не хватает знаний или навыков (*большого опыта нет; в своей практике редко встречаемся*). Вместе с тем недостаточная компетентность рассматривается как повод для самосовершенствования: *В нашей работе саморазвитие необходимо; Мы в самом начале профессионального пути; Результатом довольны, но признаются, работа у них такая, что учиться придется всю жизнь; Вокруг много возможностей для саморазвития, если ты что-то делаешь, а не ждешь, что тебе это на блюдечке принесут.* В последнем примере также актуализируется тактика нравоучения.

Примечательно то, что представитель профессии рассматривает себя как часть коллектива, даже когда говорит о своих личных достижениях (тактика апелляции к группе): *Убежден, что **наш** проект имеет большой практический потенциал; У нас есть все для того, чтобы дети выходили из школы образованными и разносторонне развитыми. Как складывается судьба **наших** выпускников?* Умение работать в команде позиционируется как важное (*Мы должны постоянно быть в контакте со старшим бригады*), и герои публикаций нередко выражают благодарность всей группе или отдельным ее представителям за оказанную помощь: *Огромное спасибо всему моему коллективу за поддержку.* Апелляция к группе также может осуществляться за счет разговорной лексики, жаргонизмов и конструкций экспрессивного синтаксиса, которые в данном контексте выступают маркерами социальной роли и социального статуса: *Экстрим еще тот!; Не страшно было? – **Драйвово**!; Просто с молодежью нужно быть **на одной волне**, важно ее понимать; **Круто**, когда звучит родная академия, район; В TikTok такие видео **залетали в топ**; Я с техникой **на ты**, а мотоцикл – это **драйв**, скорость, свобода передвижения.* Вместе с тем принадлежность к группе не означает, что герой публикации является конформистом. Напротив, его точка зрения может идти вразрез с мнением большинства: *А вообще, **не согласен** с тем, что все деревенские дома плюс-минус одинаковые. Они очень разные. Но каждый по-своему красив.*

По приведенным выше примерам видно, что в процессе реализации стратегии самопрезентации в белорусских сетевых изданиях речь чаще всего идет о профессиональных достижениях человека. Именно данная сфера деятельности преимущественно раскрывается в имиджевых публикациях. Однако автопортрет главного героя был бы неполным без обращения к вопросам хобби, досуга, семьи: *Занимаюсь в конном клубе в Бобруйске; С женой я познакомился в академии. Пять лет ходили рядом, учились вместе. На первое место все же ставится не карьера, а семья: Но не стаж главное. Я на этой земле родился, сына вырастил; Прежде всего все идет из семьи. От того, как папа воспитает сына, а мама – дочь; После того как поступила в Полесский университет в Пинске, приезжать получается нечасто. Но любовь к родным и близким, конечно, берет верх; Живу с родителями... Родительская квартира – по-прежнему мое место силы; Через 20 минут после окончания рабочего дня я с семьей. Всегда хочу домой. Успешно играемая семейная роль зачастую преподносится как основное достижение человека. Так, например, герой одной из публикаций говорит о воспитании своего сына следующее: Уверен, уважение к людям труда он пронесет через всю жизнь. С **таким папкой** как иначе? Вместе с тем, упоминая членов своей семьи, рассказчики обязательно указывают их профессию, сферу деятельности, место работы: *Мать работала на ферме; Папа обыкновенный водитель, мама работает в детском саду.* Зафиксированы и отдельные примеры того, как сосредоточенность на исполнении профессиональной роли приводит к игнорированию прочих социальных ролей индивида (гендерной, семейной): *Я уже настолько неотделима от своей работы, что пол не имеет значения; Это больше, чем работа, это мой дом, это моя жизнь!**

Следовательно, в картине мира носителей белорусской культуры семейные и профессиональные роли сплетаются самым тесным образом, о чем также свидетельствует важность профессиональной преемственности: *Хочется, чтобы среди подрастающего поколения появились мои последователи.* Подчеркивается влияние родителей на выбор профессии главного героя, его карьеру: *Перед глазами был пример моей активной мамы. Она тоже была депутатом; Хотела в музыкальную школу, но мама сказала, что мы не потянем; Говорил папе: хочу быть водителем. Он отвечал, что это хорошая профессия, но не та, которую нужно делать своей целью.* Однако в данном случае наблюдается очевидная смена парадигмы, когда герои анализируемых публикаций, некогда последовав совету своих родителей, ведут себя совершенно по-другому по отношению к собственным детям: – *А вы своим детям говорили, какую профессию выбирать? – Вообще не указывала; – Ваши дети вслед за вами в автоспорт не устремились? – Вообще не хотят, но я готов их поддержать в любом выборе и начинании. Считаю, заставлять что-то делать бесполезно.*

Как и в случае с профессией, при описании своей семьи герои повествования говорят о преемственности, связи поколений (*– Готовить любите? – И люблю, и умею. Еще бабушка учила*), выражают признательность близким за поддержку: *Я очень благодарна мужу. Плюс бабушки вызвались помочь; Моя жена Маша – тот самый человек, который всегда в нужный момент говорил «Да» и поддерживал меня; – У вас ведь трое детей. Как вам удастся совмещать и выдающуюся карьеру, и семью? – Только благодаря жене.* С одной стороны, о семейных ролях рассказывают с юмором (*– Так у вас в семье матриархат или патриархат? – Сейчас у мужа спрошу!; – Как предпочитаете отдыхать? – Мой вид отдыха – не вставать с кровати*), а с другой – выражают сожаление в случае их ненадлежащего исполнения: *Я не так много уделяю времени семье, как хотелось бы.* Примечательно, что хобби и досуг также рассматриваются в контексте семейных отношений (*Мы обожаем с мужем выгуливать собаку вокруг озер, кормить уток*).

Таким образом, в представлении современных белорусов гармоничной личностью считается тот человек, который реализовал себя во всех сферах жизни и находит баланс между карьерой и семьей. Подобный вывод был сделан по результатам анализа имиджевых публикаций из белорусских сетевых изданий, в которых рассказ о профессиональных достижениях персонажа обязательно сопровождается отсылкой к его семейному статусу. Вербализуя стратегию самопрезентации комплексом коммуникативных тактик (передача объективной информации, самохарактеризация, апелляция к группе, самореклама, юмор и др.), герои повествования акцентируют внимание читателей на разных гранях своей личности и убедительно доказывают, что способны с успехом совмещать работу и дом, не жертвуя семейной ролью ради карьеры и наоборот.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева, Ю. В. Реализация стратегии самопрезентации в ходе собеседования / Ю. В. Агеева // Уч. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2013. – Т. 155, кн. 5. – С. 186–195.
2. Бондарева, Е. П. Тактико-стратегический анализ виртуальных самопрезентаций / Е. П. Бондарева, Г. В. Чистякова // Сибир. филол. журн. – 2017. – № 1. – С. 137–148.
3. Кукуева, Г. В. Самопрезентация языковой личности пишущего (на материале интернет-жанра эссе) / Г. В. Кукуева // Сибир. филол. журн. – 2019. – № 1. – С. 252–264.
4. Пикулева, О. А. Классификации самопрезентации личности: теоретические основания и проблемные аспекты / О. А. Пикулева // Вестн. ЛГУ им. А. С. Пушкина. Сер. Психология. – 2013. – № 1. – Т. 5. – С. 63–70.