

Чистякова Галина Викторовна, Бондарева Евгения Петровна

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В САМОПРЕЗЕНТАЦИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКО- И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ САЙТОВ ЗНАКОМСТВ)

В данной статье описана способность к самопрезентации в виртуальном коммуникативном пространстве русско- и англоговорящих носителей языка. Воплощение самопрезентации на сайтах знакомств, по мнению авторов, осуществляется через использование типичных коммуникативных стратегий и тактик. В ходе анализа материала удалось выявить универсальные, характерные для обоих языков коммуникативные стратегии, а также совпадения и расхождения в выборе тактических приемов при воплощении определенной стратегии.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/11-2/53.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 11 (41): в 2-х ч. Ч. II. С. 203-207. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/11-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

специфике. Сопоставление локальных вариантов обряда позволяет выявить исходную основу обрядовых традиций, определить их взаимоотношения, например, синонимичность и взаимозаменяемость, а также увидеть проявление и других особенностей традиций вторичного образования, таких, как унификация, усечение, контаминация, появление новообразований на всех уровнях обрядового текста.

Список литературы

1. **Апостолов Л. Я.** Географический очерк Кубанской области // Сборник материалов для описания местностей и племен Кавказа. Тифлис: Тип-я К. П. Козловского, А. С. Федорова, 1897. Вып. 23. С. 1-306.
2. **Большой толковый словарь донского казачества:** ок. 18 000 слов и устойчив. словосочетаний / Ростов. гос. ун-т; Ф-т филологии и журналистики; Каф общ. и сравнит. языкознания. М.: ООО «Русские словари»; ООО «Изд. Астрель»; ООО «Изд. АСТ», 2003. 608 с.
3. **Бондарь Н. И.** Традиционная культура кубанского казачества (избранные работы). Краснодар: Изд-во Краснодарского экспериментального центра развития образования, 1999. 148 с.
4. **Воронин В. В.** Проводы казака на службу в кубанской традиции [Электронный ресурс]. URL: <http://www.slavakubani.ru/culture/rites-life-cycle/detail.php?ID=5301> (дата обращения: 05.03.2014).
5. **Гринченко Б. Д.** Словарь украинского языка: в 4-х т. Киев: Киевская Старина, 1907. Т. I. 494 с.; 1908. Т. II. 573 с.
6. **Маркевич Н.** Обычаи, поверья, кухня и напитки малороссиян. Киев: Типография И. и А. Давиденко, 1860. 174 с.
7. **Словарь русских народных говоров.** Л.: Наука, 1980. Вып. 16. 376 с.
8. **Сумцов Н. Ф.** О свадебных обрядах, преимущественно русских. Харьков: Тип. И. В. Попова, 1881. 210 с.
9. **Трегубова Е. Н.** Материалы этнолингвистического словаря: Свадебный обряд Кубани. Учебная версия. Славянск-на-Кубани: Издательский центр СГПИ, 2007. 214 с.
10. **Финько О. С.** О семантике полотенца в кубанской семейной обрядности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 7 (37): в 2-х ч. Ч. II. С. 195-198.

VARIABILITY IN STRUCTURE AND TERMINOLOGY OF KUBAN FAMILY RITES

Fin'ko Ol'ga Sergeevna, Ph. D. in Philology
Kuban State University (Branch) in Slavyansk-on-Kuban
kucherenko07@yandex.ru

The traditional culture of Kuban was formed on the basis of the East Ukrainian and the Southern Russian traditions, and it has become one of the conditions for the emergence of duality at all levels of spiritual and material culture of the region. The article is devoted to the study of examples of territorial and temporal variability in the structure and terminology of family rites in Kuban, which can be an important source of information about its cultural and linguistic features.

Key words and phrases: ethno-linguistics; variability; culture of secondary education; family rites; ritual text.

УДК 81-25

Филологические науки

В данной статье описана способность к самопрезентации в виртуальном коммуникативном пространстве русско- и англоговорящих носителей языка. Воплощение самопрезентации на сайтах знакомств, по мнению авторов, осуществляется через использование типичных коммуникативных стратегий и тактик. В ходе анализа материала удалось выявить универсальные, характерные для обоих языков коммуникативные стратегии, а также совпадения и расхождения в выборе тактических приемов при воплощении определенной стратегии.

Ключевые слова и фразы: самопрезентация; коммуникативная стратегия; коммуникативная тактика; интернет-коммуникация; сайт знакомств.

Чистякова Галина Викторовна, к. филол. н., доцент

Бондарева Евгения Петровна, к. филол. н., доцент

Кемеровский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова
galvik06@mail.ru; bondarevaep@list.ru

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В САМОПРЕЗЕНТАЦИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКО- И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ САЙТОВ ЗНАКОМСТВ)[©]

Современная когнитивно-дискурсивная парадигма лингвистического знания выдвигает на передний план изучение языковой личности в ее способности к самопрезентации. Интерес к подробному изучению самопрезентаций, к обязательным требованиям и возможным творческим решениям при создании подобного рода текстов, к прогнозированию реакции со стороны аудитории зародился в США, где данное понятие звучит

как *self-presentation*. Теоретической базой для развития исследований самопрезентации послужили труды американских социологов и психологов Дж. Г. Мида (G. Mead), Ч. Кули (C. Cooley), Г. Блумера (H. Blumer), И. Гофмана (E. Goffman), которые впервые начали изучать закономерности социальной перцепции в процессе межличностного взаимодействия.

Самопрезентация как особый тип коммуникативного послания, становилась объектом изучения в зарубежных и российских научных работах неоднократно. Исследования показывают, что самопрезентация становится «все более частотной к XXI в. <...> строится с учетом особенностей восприятия адресата и имеет более диалогичную форму», в отличие от самопрезентаций XX века [2, с. 69]. В современной отечественной лингвистике под термином *самопрезентация* понимается «определенный способ представления субъектом речемыслительной деятельности самого себя путем дискурсивного моделирования образа в прагматической ситуации общения» [8, с. 123].

Особый интерес представляют самопрезентации на сайтах знакомств, которые принципиально отличаются от других коммуникационных онлайн-сервисов, так как изначально предполагают дальнейшее общение вне сети. При этом в отличие от более ранних форм опосредованного поиска пары (*mediated matchmaking*): личных объявлений в газетах (*newspaper personal advertisements*) и видеознакомств (*video dating*), – современные службы знакомств онлайн имеют большую базу и более широкий спектр опций для создания образа «идеальный Я» («*ideal self*») [9, р. 416]. Компаративные же исследования позволяют выявить универсальные черты коммуникации и «установить специфику общения в рамках определенного этноса, определить формульные модели этикета и речевого поведения в целом, охарактеризовать культурные доминанты соответствующего сообщества» [4, с. 5].

Следует признать, что выделение этнически маркированных характеристик самопрезентаций, представленных на сайтах знакомств, видится затруднительным по ряду причин. Во-первых, профайл, созданный на каком-либо языке, не дает полноценных оснований судить о том, что его автор является носителем данного языка и, следовательно, концептуальной картины мира. Во-вторых, в условиях поликультурности современной социальной реальности, особенно характерной для многонациональных стран, языковая картина мира автора профайла может состоять из фрагментов разных культур, что обусловлено, с одной стороны, взаимопроникновением культур, существующих на одной территории, а с другой стороны, владением несколькими иностранными языками как средством ежедневной коммуникации. В-третьих, не представляется возможным проверить достоверность указываемых в анкете фактов, т.к. «виртуальная языковая личность становится специфическим типом адресата и адресанта, не сводимым ни к реальному типу личности, ни к вымышленному, поскольку грань между личностью, действующей от своего собственного лица, и личностью, создающей несуществующий образ, в виртуальном дискурсе неопределима» [6, с. 6]. Таким образом, цель исследования мы видим в описании универсальных коммуникативных стратегий и тактик, используемых при виртуальной самопрезентации, которые вербализуются на русском и английском языках. Лингвистический анализ самопрезентации на сайтах знакомств призван развить изучение интернет-коммуникации, особенностей самопрезентации, публикуемых на страницах пространства виртуального общения, что определяет актуальность предпринятого исследования.

Под стратегией, вслед за О. С. Иссерс, в работе понимаем «когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнера» [3, с. 100]. Стратегическое планирование речи осуществляется путем подбора речевых приемов, которые позволяют достичь поставленных целей, или речевых тактик. С точки зрения процессуальности речевого общения, «коммуникативная тактика в отличие от коммуникативной стратегии имеет более мелкий масштаб» [5, с. 136]. В. Б. Кашкин указывает на то, что практические ходы в процессе речевого взаимодействия можно считать речевой тактикой. Тогда тактика, в отличие от стратегии, соотносится с совокупностью определенных намерений коммуниканта, а не с целью коммуникации. Другими словами, «коммуникативная стратегия – это основной путь, который должен привести к победе», тогда как коммуникативная тактика – «конкретные приемы реализации стратегического замысла» [7, с. 27]. Достигать цель коммуникации, стратегически планируя свою речь, можно несколькими способами / путями, именно поэтому одна коммуникативная стратегия может реализовываться разными тактиками.

Материалом для данного исследования послужили самопрезентации женщин в возрасте от 18 лет, представленные на русскоязычных (*trulolo.com*, *mamba.ru*, *mylove.ru*) и англоязычных (*site4dating.com*, *datingdirect.com*, *loveawake.com*, *friendsdatingagency.eu*) сайтах знакомств в графе «О себе» / «About me» / «Self description». Самопрезентации собраны методом сплошной выборки в количестве 941 единица, из них 463 единицы (русскоязычные сайты) и 478 единиц (англоязычные сайты). Единицей анализа является фрагмент самопрезентации, в котором вербализована определенная стратегия.

Анализ профайлов самопрезентантов, размещенных на русскоязычных и англоязычных сайтах знакомств, позволил обнаружить несколько коммуникативных стратегий, каждая из которых реализуется через ряд коммуникативных тактик. Каждый речевой прием (тактика) вербализуется различными способами, выявленными в ходе исследования.

Стратегия «Самохарактеристика» предполагает взгляд автора профайла на себя с разных позиций, целью которого является максимально полное (объективное и субъективное) описание себя как возможного партнера для будущих отношений.

1. Тактика **Самооценка** вербализуется через оценку внешности, характера, интеллекта, возраста, материнского статуса, ср.: *Блещу лицом и умом* [1]. *I am very attractive, elegant and smart* [10]. / *Я очень привлекательная, элегантная и умная.*

2. Тактика **Оценка другим лицом** представлена сходным (хотя и несколько усеченным) набором характеристик. Оценке подвергаются внешность, характер, интеллект, ср.: *Часто слышу, что я симпатичная,*

жизнерадостная и внимательная [14]. *I'm often told I don't look my age* [13]. / Мне часто говорят, что я не выгляжу на свой возраст.

3. Тактика **Описание стиля жизни** находит свое воплощение через ряд моделей, которые можно обозначить следующим образом: «нравится / не нравится», «жизненное кредо», «противопоставление себя партнеру», «я и мой мир», ср.: *Люблю активный образ жизни* [14]. *I do smoke, sorry, guys, if that's a turn off* [11]. / Я курю, так что, парни, извините, если для вас это табу.

4. Тактика **Описание реальных фактов из жизни** реализуется через информирование возможного партнера об объективных биографических данных, к числу которых относятся: семейное положение и дети, ср.: *Я врач-терапевт, работаю семейным врачом. Вдова, имею 2-их детей, живу отдельно от них, у них свои семьи* [1]. *May 2014: Just completed all the legalities of divorce* [13]. / *Май 2014: только что закончила все формальности с разводом.*

5. Тактика **Самоопределение по религиозному / национальному / расовому признаку** актуальна для англоязычных женщин, посетителей сайтов знакомств. Авторы англоязычных профайлов особо акцентируют внимание на обозначенных характеристиках в разделе «О себе», несмотря на наличие соответствующей отдельной графы: *I am a 45 year-old African-American female from Houston, TX USA. I am a Christian whose faith is the basis of my existence* [10]. / *Я 45-летняя афроамериканка из Хьюстона, штат Техас, США. Я – христианка, и вера для меня – смысл моего существования.*

6. Тактика **Оценка собственного имиджа** реализуется через две диаметрально противоположные тенденции: повышение собственного имиджа, которое осуществляется через обобщенную высокую положительную оценку себя, ср.: *Просто лапочка)))* [14]. *Basically, I'm just a genuine girl looking for a genuine guy* [10]. / *По сути, я просто истинная девушка, ищущая истинного парня.* Понижение собственного имиджа, которое всегда сопровождается обязательным повышением – данную тактику используют, как правило, англоговорящие женщины с ограниченными возможностями: *I am visually impaired but NOT blind. I DO NOT use a white stick and am very independent* [12]. / *Я слабовидящая, но НЕ слепая. Я НЕ использую белую палку и очень независима.* Аналогичную позицию занимают и женщины с лишним весом, ср.: *Любите лучше полных дам, они всегда добрее к вам!!! Худые ж злые и кричат... а потому что жрать хотят* [14]!!!! *I'm overweight at the moment but now I'm all into healthy eating and already started to lose weight, so proud of me* [12]. / *В данный момент у меня есть лишний вес, но сейчас я питаюсь здоровой пищей и уже начала худеть. Горжусь собой.*

7. Тактика **Предложение** может быть нацелена на близкое физическое или духовное общение, ср.: *А давай встретимся и проведем приятно время?* [15]. *I give great massages from head to toe!* / *Давай станем единым пазлом, сложившимся из четко совпадающих частей* [14]. *I've got a lot of love to give* [13]. / *Дам тебе много любви.*

Стратегия «Характеристика адресата» используется автором профайла с целью описать наиболее важные черты предполагаемого партнера. При этом следует отметить, что автор описывает адресата даже в тех случаях, когда на сайте есть отдельная графа «Кого я хочу найти / *My ideal match / Description of my ideal male*». Анализ тактик, используемых самопрезентантами в рамках обозначенной стратегии, позволил выявить их частичное совпадение со стратегией «Самохарактеристика».

1. Тактика **Оценка** реализуется за счет сравнения предполагаемого партнера с неким идеализированным образом мужчины. Оценке подвергаются внешность, характер, интеллект, отцовский статус, сравнение с другим адресатом, ср.: *Не люблю низкорослых и полных мужчин* [1]. *I'm looking for a man who is handsome, with a shapely figure* [12]. / *Я ищу красивого мужчину с хорошей фигурой.*

2. Тактика **Описание стиля жизни** предполагаемого партнера реализуется посредством моделей: «нравится / не нравится», «привычки в быту», ср.: *Ищу мужчину, который любит во всем точность и конкретность. В делах и оценках – трезвый реалист, не любит фантазий* [14]. *I would also like someone who likes to travel, would be amazing to spend holidays or weekends away together* [10]. / *Мне бы понравился человек, который любит путешествовать, был бы рад вместе проводить отпуск и выходные вне дома.*

3. Тактика **Определение по религиозному / национальному / расовому признаку** представлена двумя противоположными позициями. Для части авторов данный параметр имеет принципиальное значение, ср.: *Ищу мужчину славянской наружности, с которым есть о чем поговорить* [14]. *I like white guys, European or Australian especially* [11]. / *Я люблю белых парней, особенно европейцев и австралийцев; для других – ограничения отсутствуют, ср: Мне не важно в какого бога ты веришь, откуда твои корни, просто будь хорошим, добрым, способным на дружбу и любовь мужчиной* [1]. *I don't really care about what you look like or your colour I just want someone who can be there for me* [12]. / *Мне не важно, как ты выглядишь или какого цвета у тебя кожа, я просто хочу встретить того, кто будет со мной.*

4. Тактика **Повышение имиджа адресата** вербализуется за счет активного употребления экспрессивной лексики, ср.: *Мне нужен Царь. Царь и властелин моей души и тела* [1]. *Where are you, My Mr. Right* [11]? / *Где ты, Мой Мистер Тот самый?*

5. Тактика **Описание ожидаемых действий адресата** представлена большим количеством примеров и вербализуется через сообщение о предпочтениях автора, которые тяготеют к двум полюсам: «духовное единение», ср.: *Очень жду уважения, понимания, защиты* [1]. *Like the one single hand cannot applause I cannot give the best of me if the other person is not on the same wave with me, so my future husband has to complete me* [10]... / *Как одна рука не может аплодировать, так и я не могу проявлять свои лучшие качества, если мой партнер не на одной волне со мной, поэтому мой будущий муж должен дополнять меня; либо «правда жизни», где женщина иногда демонстрирует и более «приземленные» мотивы для знакомства, ср.: Заинтересована*

в серьезных отношениях с неженатым мужчиной, который не претендует на мою жилплощадь с целью покорить Москву. *Teach me to play golf* [13]. / *Научи меня играть в гольф.*

6. Тактика **Табу** реализуется применимо к нескольким параметрам: личные качества, отношения с противоположным полом, поступки по отношению к женщинам, финансовые запросы, физическая форма, место жительства, ср.: *Не оказываю интим услуг* [1]... *No ex-wives and ex-girlfriend drama* [11]. / *Никаких бывших жен и драм с бывшими девушками.*

Стратегия «Создание образа идеальной ситуации» предполагает описание профайлером своего видения отношений с потенциальным партнёром. При этом «картинка» может быть как вполне реалистичной, так и возвышенно-оухотворенной.

1. Тактика **Описание реальных жизненных ситуаций** применяется для характеристики совместного времяпрепровождения, основой для которого может быть общее хобби, привычки, ср.: *Увлекаюсь танцами, будь моим партнером... и не только на танцполе* [15]. *I love to read and would like to meet another bookworm, as we could spend a lot of time poking round old bookshops together* [10]. / *Я люблю читать и хотела бы встретить единомышленника, чтобы мы могли проводить много времени, бродя по книжным магазинам.*

2. Тактика **Духовная составляющая** вербализуется через описание чувств и эмоций, которые хотел бы испытать автор профайла, ср.: *Мечтаю иметь крепкую дружную семью. О тебе: ты образованный, знающий, чего хочешь от жизни, можешь быть опорой, главой семьи. Я в ответ на твою любовь, уважение дам тебе гораздо больше* [15]. *I hope I can make my dreams come true here. I can find a man for myself, to laugh with, to talk to, to cuddle with, to hold hands to, to enjoy the sunrise and the sunset with, to stop to smell the roses with, to spend the rest of my life with* [12]. / *Надеюсь, что моя мечта осуществится, и я найду моего мужчину, с которым мы будем смеяться, разговаривать, обниматься, держаться за руки, любоваться восходами и закатами, вдыхать запах роз и проведем остаток жизни вместе.*

Стратегия «Цель поиска» акцентирует внимание адресата на дополнительных по отношению к основной цели – найти мужчину – задачах профайлера.

1. Тактика **Собственно цель поиска** предусматривает несколько основных направлений: достижение прагматических целей, улучшение эмоционального жизненного фона, интернационализация, сочетание нескольких целей, отсутствие какой-либо конкретной цели, ср.: *Хочу доброты, уважения, легкого общения и защиты, детей, материальный достаток. Брак не нужен* [1]!!! *My wish for the future: to find my Mr. Right, happy life, open a bakery, and to travel a lot* [10]. / *Мои желания на будущее: найми Мистера Того самого и счастливую жизнь, открыть пекарню и много путешествовать.*

2. Тактика **Оппозиция прошлому опыту** используется автором в качестве компаративного инструмента, демонстрирующего то, как НЕ должно быть. Жизненный опыт, не устраивающий самопрезентанта, может быть связан с прежними отношениями, с прежним образом жизни, ср.: *Я ошибалась в мужчинах, и не раз. Надеюсь, что мой человек все еще ждет меня* [14]. *I need to be taught how to love again as I have not had much luck with other partners* [12]. / *Меня вновь нужно научить жить, так как мне не везло с партнёрами.*

Стратегия «Установка на общение» используется автором профайла с целью активизации ответных действий со стороны адресата. Самопрезентант использует две основные тактики: профайлер либо конкретизирует ожидаемые со стороны потенциального партнера действия, либо сокращает количество возможных контактов, выдвигая определённые ограничения.

1. Тактика **Установка на дальнейшее общение** реализуется через предложение связаться с автором, используя различные каналы связи, ср.: *Пишите мне, готова к общению и по телефону* [1]. *If that's you, message me* [11]! / *Если это ты, напиши мне!*

2. Тактика **Отказ от дальнейшего общения** предполагает исключение возможности контакта по ряду причин: неприятие внешности, возрастные ограничения, невозможность оценить внешность, расхождение в целях контакта, образ жизни, ср.: *Женатых и озабоченный прошу не беспокоить* [15]!.. *Please, don't reply if you're just looking for a one night stand. I'M WORTH MORE THAN THAT* [10]! / *Пожалуйста, не пиши, если тебе нужна встреча только на одну ночь. Я СТОЮ БОЛЬШЕГО!*

Изучение материала показало, что в большинстве случаев вербализация самопрезентации на сайтах знакомств представляет собой реализацию сразу нескольких коммуникативных стратегий. Основу таких единств составляет, как правило, стратегия самохарактеристики. Наиболее популярной **комбинацией стратегий** является: «Самохарактеристика» + «Характеристика адресата»: *Я веселая, молодая и энергичная. Мне нужен надежный, ответственный мужчина, способный любить* [15]. *Adventurous, strong-minded, spontaneous and independent – unable to suffer fools gladly or to tolerate bad manners, mean-spiritedness or narrow-mindedness. I'm looking for someone with a mind of his own but who can respect mine. A big heart, warm smile, strong arms, bold spirit and broad mind* [13]. / *Авантюрная, мыслящая самостоятельно, спонтанная и независимая. Не могу терпеть дурость, плохие манеры, мелочность, ограниченность. Ищу мужчину с собственным мнением, который будет уважать меня. Большое сердце, теплая улыбка, дерзкий дух и широкий кругозор.*

В результате анализа языкового материала и практического его осмысления удалось выявить пять универсальных, характерных для русского и английского языков коммуникативных стратегий, используемых при самопрезентации. Каждая стратегия имеет определенный набор тактик: самохарактеристика (тактики: самооценка, оценка другим лицом, описание стиля жизни, описание реальных фактов из жизни, самоопределение по религиозному / национальному / расовому признаку, оценка собственного имиджа, предложение), характеристика адресата (тактики: оценка, описание стиля жизни, определение по религиозному / национальному /

расовому признаку, повышение имиджа адресата, описание ожидаемых действий адресата, табу), создание образа идеальной ситуации (тактики: описание реальных жизненных ситуаций, духовная составляющая), цель поиска (тактики: собственно цель поиска, оппозиция прошлому опыту), установка на общение (тактики: установка на дальнейшее общение, отказ от дальнейшего общения).

Межязыковые отличия касаются тактических приемов, к которым прибегают для реализации определенных стратегий пользователи Сети. Так, не актуальной для русскоговорящих оказалась тактика «Самоопределение по религиозному / национальному / расовому признаку (стратегия «Самохарактеристика»). Однако к подобной тактике, появляющейся в стратегии «Характеристика адресата», русскоговорящие женщины прибегают. Следовательно, составитель профайла уверен в своей толерантности по отношению к представителям иной религии, национальности, расе, но и в отсутствии понимания устоев, характерных для человека другой национальности, веры, наличием стереотипов о расах у потенциального партнера. А также в русскоязычном материале удалось выявить частичную реализацию тактики «оценка собственного имиджа»: русскоговорящие женщины не указывают информацию о физических недостатках. По нашему мнению, это связано с тем, что люди с ограниченными возможностями, живущие на территории России, чувствуют себя менее защищенными.

Установлено, что чаще всего русско- и англоязычные женщины, оформляющие свой профайл, прибегают к стратегии самохарактеристики. Данную основную стратегию самопрезентации, как правило, сопровождают факультативные. Наиболее популярной является комбинация стратегий «Самохарактеристика» и «Характеристика адресата». Сеем предположить, что дальнейший анализ языкового материала позволил бы выделить и другие стратегии, которые, однако, будут занимать место на периферии.

Перспективы предпринятого исследования видятся в сравнении стратегий, актуальных при составлении самопрезентации на сайтах знакомств, и стратегий, используемых в самопрезентации при личном, не виртуальном общении в разных коммуникативных ситуациях, а также дальнейшем изучении речевых действий, применяемых в самопрезентациях на сайтах знакомств, при создании женского / мужского профайлов.

Список литературы

1. **Единая служба знакомств и общения** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mamba.ru> (дата обращения: 12.06.2014).
2. **Иванова О. И.** Коммуникативно-прагматические средства реализации саморепрезентации в динамическом аспекте (на материале объявлений о приеме на работу) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 6 (36): в 2-х ч. Ч. II. С. 65-69.
3. **Иссерс О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд-е 3-е, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
4. **Карасик В. И.** О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
5. **Кашкин В. Б.** Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. 175 с.
6. **Лутовинова О. В.** Языковая личность в виртуальном дискурсе: автореф. дисс. ... д. филол. н. Волгоград, 2013. 41 с.
7. **Руженцева Н. Б.** Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: монография. Екатеринбург: Знание, 2004. 294 с.
8. **Сальникова Н. И.** Типы самопрезентации в интернет-дискурсе, обусловленные фактором канала коммуникации (на материале франкоязычных сайтов) // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2010. № 4. С. 123-131.
9. **Ellison N., Heino R., Gibbs J.** Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment [Электронный ресурс] // Journal of Computer-Mediated Communication, 2006. Vol. 11. Iss. 2. P. 415-441. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x/pdf> (дата обращения: 17.08.2014).
10. **Free dating site in UK** [Электронный ресурс]. URL: <http://site4dating.com> (дата обращения: 03.06.2014).
11. **Free online dating site** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.loveawake.com> (дата обращения: 04.06.2014).
12. **Friends dating agency** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.friendsdatingagency.eu> (дата обращения: 05.06.2014).
13. **Meetic network website** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.datingdirect.com> (дата обращения: 05.06.2014).
14. **MyLove.Ru** [Электронный ресурс]: сайт знакомств. URL: <http://mylove.ru> (дата обращения: 11.06.2014).
15. **Trulolo** [Электронный ресурс]: сайт знакомств и общения. URL: <http://trulolo.com> (дата обращения: 11.06.2014).

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS IN SELF-PRESENTATIONS (BY THE MATERIAL OF RUSSIAN AND ENGLISH DATING SITES)

Chistyakova Galina Viktorovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Bondareva Evgeniya Petrovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Kemerovo Institute (Branch) of G. V. Plekhanov Russian University of Economics
galvik06@mail.ru; bondarevaep@list.ru

The article describes the capacity for self-presentation in the virtual communicative space of the native speakers of Russian and English. Self-presentation in the dating sites, according to the authors, is carried out by using typical communicative strategies and tactics. Analyzing the available material the researchers identified the universal, typical for both languages communicative strategies, and also the coincidences and differences in the choice of tactical devices while implementing the certain strategy.

Key words and phrases: self-presentation; communicative strategy; communicative tactics; network communication; dating site.