

Алина Алексеевна Алексеева

*Новосибирский национальный исследовательский
государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ alina.alexeeva@gmail.com*

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-39-41

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Социальные медиа стали неотъемлемой частью современного мира и рассматриваются многими исследователями в терминах, родственных традиционно журналистским. Так, К. Р. Нигматуллина отмечает, что для обозначения этого явления были введены термины «новые городские медиа», «городская интернет-газета», «гиперлокальные медиа» и т. д.¹

Объектом нашего исследования стали микротексты-самопрезентации преподавателей в социальной сети «ВКонтакте». Методом сплошной выборки было отобрано 30 текстов, которые выдавались на поисковый запрос «репетитор» в строке «Сообщества».

Были выявлены различные стратегии самопрезентации. Одна из них — самопрезентация с помощью фактов. Они могут быть поданы как чистая, безоценочная констатация: «Репетитор по математике для 7–11 классов», «Провожу занятия как онлайн, так и офлайн».

¹ <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2021/1/mesto-sotsialnykh-setey-v-razvitiy-regionalnoy-zhurnalistiki-v-rossii/>

© А. А. Алексеева, 2022

Другая тактика, с помощью которой реализуется эта стратегия, — констатация с имплицитной оценкой. Так, несмотря на то, что во фразе «Автор более 15 научных публикаций, в том числе учебных и методических пособий по обучению английскому языку» отсутствуют слова аксиологической семантики, оценка всё же косвенно выражена: преподаватель написал более 15 работ, и это показывает его профессионализм.

Еще один способ реализации данной стратегии — эксплицитная оценка. Она может выражаться словом аксиологической семантики или эмотиконом. Например, фраза «🔥 За все время обучения мы выпустили 33 стобалльника» сопровождается значком «огонь», который выражает положительную количественную оценку. Спектр оценочных значений включает в себя общую, телеологическую, эмоциональную, этическую оценку: «Уже 7 лет я успешно закрываю пробелы в знаниях у учеников 5–9 классов», «Хорошо владею предметом», «Позитивно, душевно, нетоксично». В ряде случаев используется тактика контраста: «А еще я обещаю, что НЕ будет <...> перегруженной бесполезными фактами и датами “голой” теории и зубрежки».

Близкой к данной стратегии мы считаем стратегию ссылки на отзывы: «Отзывы можно посмотреть на сайте Профи.ру. Моя страница [ссылка]». Отличие между ними состоит в том, что в отзывах представлены факты субъективной реальности учеников — успехи, достижения, а не объективные данные об опыте работы, количестве написанных пособий и т. д.

Еще одна стратегия самопрезентации основана на попытке вызвать у потенциального клиента определенные эмоции, которые будут ассоциироваться с личностными и/или профессиональными качествами преподавателя. Так, название группы «Математика под крылышком» нацелено на то, чтобы отразить идею мягкого подхода в преподавании, показать, что учитель — добрый и заботливый человек, с которым ученик может почувствовать себя в безопасности.

А. А. Алексеева

В дальнейшем предполагается провести исследование рецепции подобных микротекстов, для того чтобы выявить степень эффективности различных стратегий и реализующих их тактик.

Литература

Нигматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Московского университета. Серия «Журналистика». 2021. № 1. С. 30–51.