

РЕГУЛЯТИВНЫЕ МАРКЕРЫ “САМОФОРСАЖНОГО” ПОВЕДЕНИЯ НОМО DIGITALIS В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Романов А.А., Романова Л.А.

В работе обосновывается функциональный статус демонстративных “самофорсажных” регулятивов как особого феномена цифровой (цифровой) сферы социума (Digital Humanities), которые обладают набором перформативных свойств, реализуемых в виртуально-сетевых (дигитальных) коммуникациях с определенными прагматическими установками на социальную демонстрацию и самопрезентацию.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: аутопрезентация, дигитальная коммуникация, демонстративные самофорсажные регулятивы, демонстративные речевые акты, инфосфера, перформативность, регулятивные маркеры, социальные сети

РОМАНОВ Алексей Аркадьевич – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теории языка и межкультурной коммуникации ТГСХА; профессор кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики Тверского государственного университета, заслуженный деятель науки РФ. romanov_tgsha@mail.ru

РОМАНОВА Лариса Алексеевна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теории языка и межкультурной коммуникации ТГСХА. romanov_tgsha@mail.ru

Цитирование: Романов А.А., Романова Л.А. Регулятивные маркеры “самофорсажного” поведения Номо Digitalis в сетевой коммуникации [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2019, № 4. – С. 62–91. Режим доступа: [http:// www.tverlingua.ru](http://www.tverlingua.ru)

REGULATIVE MARKERS OF “AUTO FORSAGE” HOMO DIGITALIS’S BEHAVIOR IN NETWORK COMMUNICATION

Aleksey A. Romanov, Larisa A. Romanova

The paper discusses the substantiates the functional status of demonstrative “auto forsage” regulatives as a special phenomenon of the digital sphere of society (Digital Humanities), which have a set of performative properties implemented in virtual network (digital) communications with certain pragmatic settings for social demonstration and self-presentation.

KEY WORDS: autorepresentation, digital communication, demonstrative auto forsage regulatives, demonstrative speech acts, infosphere, performativity, regulative markers, social networks

ROMANOV Aleksey A. – DSc in Philology, professor, Head of the chair of the theory of language and intercultural communication, the director of Tver Institute of Applied Linguistics and Mass Communications of Tver State Agricultural Academy, professor of the chair fundamental and applied linguistics of Tver State University, Honored scientist of the Russian Federation. romanov_tgsha@mail.ru

ROMANOVA Larisa A. – DSc in Philology, professor, professor of the chair of language and intercultural communication of Tver State Agricultural Academy. larrar@yandex.ru

Citation: Romanov A.A., Romanova L.A. Regulative markers of “auto forsage” Homo Digitalis behavior in network communication // World of linguistics and communication: electronic scientific journal. – 2019, № 4. – P. 62–91. Access mode: www.tverlingua.ru

*Будущее вступает в нас ... для того,
чтобы стать нами ещё задолго до того,
как оно обретёт жизнь.*

Райнер-Мария Рильке

Мы – дети последующей трансформации.

Элвин Тоффлер

Стремительное развитие компьютерных технологий, начавшееся в 60-х годах прошлого столетия с активного использования полупроводниковой продукции и приведшее в конце 90-х гг. к всеохватывающему доминированию в IT-сфере всевозможных разновидностей персональных компьютеров в сети Интернет, подготовило почву для появления *новой парадигмы* в глобальном киберпространстве *виртуальных сетевых коммуникаций*, условно именуемой **«парадигмой цифровой коммуникации»**, которая способна на системной основе мгновенно распространяющихся *цифровых знаний* функционировать в мире комплексной или совмещённой (т.е. интегративной, «смешанной», комбинированной (*перекрещивающейся*) реальности, образованной (т.е. собранной, созданной) в единое *перекрещивающееся* коммуникативное пространство реальным и виртуальным мирами (Романов, 2015; 2017; 2019; Романов, Романова, 2019; 2019а; 2019б; 2019в). Термин *цифровой*, введённый в научный оборот американским специалистом по информатике из Массачусетского университета Николасом Негропonte (Negroponte, 1995), восходит к латинскому слову “digitalis” – «толщиной в палец; пальцевой; нов.-лат.: цифровой». В предлагаемой работе термин «цифровой» используется в переносном значении как **«виртуально запечатленные** в информационной среде мобильной общественной Сети в виде цифровых показателей и образов языка Soft Media **коммуникативные практики**,

функционирующие в виртуально смешанном, гомогенизированном коммуникативном пространстве или мире комбинированных реальностей и охватывающие сферы жизнедеятельности людей *от* компьютерного дизайна, «Интернет вещей (Internet of Things)», редактирования, создания баз данных – текстовых, библиотечных, онлайн-энциклопедий, вычислительной текстологии, “текстинга”, стихотворных и стилевых характеристик, лингвистических измерений средств коммуникации чатовых массивов – *до* мессенджеров, социальных сетей, цифровой культурологии, искусства, историографии, педагогики, а также культуры творчества в литературе, искусстве, “культуры геймерства”, “культуры хакерства” и др. (подробнее см.: Рейнгольд, 2006; Романов, Романова, 2017; 2017а; 2018; 2019; Тоффлер, 2010; Шваб, 2016).

Отметим, что дигитальная или цифровая коммуникация и цифровизация как родовой термин не рассматриваются в качестве каких-то “модных слов”, а, скорее, обозначают “революционный”, в терминологии Э. Тоффлера (2010), переход на другой – более современный – уровень развития высоких технологий в обществе, открывающих на базе широкой интегративности научных знаний совершенно иные, (“революционные”, по Э. Тоффлеру, К. Негропonte, Г. Рейнгольду, К. Швабу) горизонты отраслевого развития в обществе: *от* искусственного интеллекта, глобального исчисления баз данных и создания новейших поисковых систем в промышленно-экономической сфере *до* технического применения цифровых технологий в “Digital Humanities” (DH) – нового направления «цифровой гуманитаристики», включающего в себя культуру, науку, общение в самом широком смысле (ср.: Голенок, Осипова, 2018; Марей, URL; Рейнгольд, 2006; Романов, 2019; Тоффлер, 2010; Шваб, 2016; Negroponte, 1995). Опираясь такими понятиями как DH, важно иметь в виду, что точного определения данного понятия ещё не существует, как не существует также и единой точки зрения на контентный объём «цифровой гуманитаристики». Больше того, существует мнение, что DH – это не новое, а

хорошо забытое научное направление, которое раньше именовалось как “computing humanities”, “humanities computing”. Это понятие впервые появилось в мировой практике около 60-ти лет тому назад – примерно в 1960-е годы и было введено в научный оборот теологом Роберто Буза для обработки на компьютере массива латинских текстов (см. интервью А. Пучковской от 26 ноября 2019 г. программе «Пифагоровы штаны»). С тех пор это понятие «обросло» значительным количеством различных – и даже взаимоисключающих друг друга – дефиниций, трактовок, объяснений и толкований в своём отношении к главному вопросу: являются ли “digital humanities” новым научным направлением или мы имеем дело с тем же старым феноменом обычного подсчета данных, осуществленного человеком при помощи современных компьютерных программ? Как бы то ни было, очевидно одно: «дигитальная гуманитаристика» (ДН) представляет собой сегодня продуктивный научно - методологический симбиоз «умных данных», полученных в результате применения современных компьютерных технологий, и собранных в гуманитарной сфере жизнедеятельности человека «сложных данных» (“smart data” / “big data”).

С этих позиций *цифровизация* или *дигитализация* как совершенно «новая технология» глобальной информационной среды, образующая общественную сеть мобильных устройств в соединении с «вычислительной мощностью сетевых ПК» (Рейнгольд, 2006: 11), суть «изменение парадигмы того, как мы думаем, как мы действуем, как мы общаемся с внешней средой и друг с другом. И технология здесь – скорее инструмент, чем цель. < ... > Концепция всеобщей цифровизации – это в меньшей степени про технологии, а в большей – про культуру, про изменения и про модель взаимодействия» (Марей, URL).

Не заостряя внимание на наличие имеющихся в научной литературе различий относительно трактовок термина «цифровизация» и оставляя в стороне расхождения рассматривать «цифровизацию» только в «узком» или «широком» смыслах, подчеркнем, что независимо от её «узкой» или

«широкой» трактовки новая *дигитальная* («цифровая») *парадигма* обладает сегодня не только колоссальными возможностями в плане цифрового предоставления информации, но она также способна формировать и уже успешно формирует на современном этапе новые, целостные технологические «среды обитания» («экосистемы», «платформы»), в рамках которых любой пользователь может создавать для себя нужное ему «дружественное» окружение (финансовое, технологическое, инструментальное, методическое, документальное, партнерское и т.п.) для того, чтобы ещё быстрее и эффективнее решать не отдельно взятые задачи, а целые классы задач. Совершенно очевидно, что на сегодняшнем этапе своего становления *дигитальная парадигма* стремится интенсивно встраиваться в экономическую и социальную сферы жизнедеятельности людей и активно их преобразовывать. Так, в частности, известно, что в настоящее время наблюдается интенсивное внедрение новых «отцифрованных технологий в банковском секторе» (Марей, URL; Шваб, URL), в «образовательной среде» различных уровней (Приоритетный проект, URL; Федеральный проект, 2016) и в «цифровое будущее индустрии российских медиа» (Вартанова и др., 2017), что, в свою очередь, обуславливает насущную потребность общества в ещё большем масштабе развивать в нём «систему дигитальных знаний», а также повсеместно осваивать и внедрять «*дигитальную грамотность*» в самом широком смысле этого понятия, не исключая разработку новых направлений как в «мире цифровой культуры» в целом, так и в области *дигитальной коммуникации*. В частности, в области *дигитальной коммуникации* всё активнее стремится заявить о себе направление под условным названием «*лингводигиталистика*» (Романов, 2019: 280; Романов, Романова, 2019: 25; 2019а: 634).

В контексте сказанного становится понятно, что в новой «революционной» парадигме «дигитальные знания» приобретают статус *ключевого ресурса* не только для отдельных пользователей, обладающих навыками работы с цифровой информацией, но и для большинства членов

сообщества с целью оптимизировать в виртуально-сетевом пространстве естественно интерактивные процессы между собой и сделать прозрачными и эффективными трансинтерактивные коммуникативные процессы между людьми и “человеко - заменяющими” управляющими системами или устройствами в гомогенизированной метакоммуникативной сфере или “мире” комбинированных реальностей, как это уже сегодня можно наблюдать на примере комбинированных интерактивно-сетевых платформ “интернет вещей” – “Internet of Things” или сокращенно “IoT”. С определенной долей уверенности можно предполагать, что сфера коммуникативного взаимодействия между людьми и “человекозаменяющими” управляющими системами-устройствами будет интенсивно расширяться и видоизменяться с учётом выработки функциональных условий их результирующего взаимодействия. По крайней мере, речеактовую модель коммуникативного взаимодействия, положенную в основание естественной коммуникации, могут ожидать существенные изменения или дополнения.

С такой же долей уверенности можно также высказать предположение, что по мере расширения *комбинированного функционального пространства* цифровых технологий (т.е. пространства дигитальной коммуникации), мере интенсивности погружения в него Человека говорящего (*homo loquens*) как Человека социального (*homo socialis*) и мере освоения им “*дигитальной грамотности*” следует ожидать постепенного “расширения” его личностной и коммуникативной идентичности до необходимых параметров Человека медийно- сетевого (*homo medialis, homo informaticus*) и Человека дигитального (*homo digitalis*), бытующего в пределах комбинированной (расширенной, совмещённой, сложной) реальности. Важную роль в процессе такого погружения и связанных с ним отмеченных трансформаций идентичности Человека социального (*homo socialis*) приобретают “человекозаменяющие” управляющие системы - устройства, выступающие в качестве равноправных “*агентивных*” участников не только отдельных

дигитальных метакоммуникативных интеракций в пределах одной сетевой платформы, но и в комплексных метатрансакциях различных сетевых платформ. Примером такой комплексной сетевой платформы может служить платформа «Яндекс. Такси», связанная с разработкой и внедрением в реальный мир жизнедеятельности человека беспилотных транспортных средств – автомобилей в сфере грузоперевозок, транспортных автомобилей в системе такси, автопогрузчиков и т.п., обслуживающих автономно («беспилотно») человека. И можно ожидать, что с ростом числа таких или подобных сетевых платформ, способных в обществе образовать дигитальную гиперплатформу, связанную с технологической стороной “цифровой революции”, роль “агентивных” участников в виде отмеченных систем-устройств будет возрастать не только в количественном исчислении, но и в качественном исполнении.

В русле данных воззрений не исключаются допущения, когда “агентивные” системы-устройства станут не просто обмениваться информацией с естественным партнёром (партнёрами) на основе декларативно-процедурных сведений (знаний) о ситуативном окружающем мире реальных вещей, дел и событий. Скорее следует ожидать, что такие системы-устройства должны быть готовы к самостоятельному (автономному) ситуативному реагированию на возникающие в процессе комплексного интерактивного обмена различного рода коммуникативные неудачи, затруднения и отклонения от заданных параметров общения в комбинированном (дигитально-реальном) пространстве. В частности, “агентивные” системы-устройства должны научиться своевременно и эффективно реагировать, например, на появление в цифровом мире «коммуникативных рассогласований» различного порядка, затрудняющих продвижение участников дигитальной интеракции к намеченному результату (Романов, 1988). Также нет особых оснований сомневаться в том, что указанные или подобные им “агентивные” системы-устройства проявят “свою” способность *самостоятельно* – т.е. автономно, опираясь на

усвоенный ресурс дигитальных знаний и их грамотное применение без предусмотренных команд – предлагать своему партнёру-человеку результирующий выход из ситуаций коммуникативных рассогласований и непонимания, оказывая тем самым влияние как на процесс организации метакоммуникативного взаимодействия между человеком и системами-устройствами, так и на процесс тактико-стратегической регуляции по управлению, коррекции и целевой направленности коммуникативным обменом без вмешательства и контроля со стороны человека.

Вероятно, уже сегодня пришло время задуматься, что для такого эффективного общения или комбинированного взаимодействия потребуются овладение форматом «дигитальных знаний» как «ключевого ресурса *дигитальной коммуникации*» и ресурсом её коммуникативно-функциональной «грамотности» в плане встраивания в парадигму всеобщей цифровизации (цифровой информации) обыденной жизни членов сообщества. Успешное обучение таким ресурсом «грамотности» и результативное овладение им позволит участникам дигитальной коммуникации функционально чередовать «коммуникативные регистры» перехода от одной реальности к другой или быть готовыми к своевременному комбинированию этих реальностей в нужный момент метакоммуникативного взаимодействия не только с миром своих «интернет вещей», но и с другими участниками гиперсетевой интеракции и их «интернет вещами» (“Internet of Things” или “IoT”).

И если сегодня ещё окончательно не определены по широте и глубине лимнологические параметры такой мегацифровой гиперплатформы, стимулирующей в обществе разнообразные взаимодействия и партнерства, тем не менее, на современном этапе обрисованы контуры возникновения беспрецедентных изменений, которые намечены цифровой парадигмой в отдельных отраслях экономики, банковского дела, бизнеса, сельского хозяйства, финансов, энергетики и в различных сферах жизнеобеспечения общества – ЖКХ, образования, медицинского обеспечения, охрана

правопорядка, транспортных коммуникаций, учёта и распределения ресурсов и т.п., которые уже нашли частичную реализацию в интересах каждой отдельной личности общества. В этом плане можно упомянуть в качестве примера функционирование таких сетевых платформ как отмеченный выше проект «Яндекс.Такси» или осуществляемый под руководством Орана Гафни (Oran Gafni) проект платформы «Facebook AI Research» по смене лица человека на видео или её вариант в виде подмены лиц на фото и видео, когда при помощи наложений “итоговое лицо” формируется с помощью декодера таким образом, что идентифицировать человека крайне сложно или практически невозможно. По сути дела, лицо человека на видео заменяется на “смоделированное лицо”, то есть на лицо несуществующего человека.

В этом смысле очевидно, что планируемый масштаб «революционных» преобразований, приносимых дигитальной парадигмой в структуру общества, уже начинает изменять «не только то, «что» и «как» мы делаем, но и то, «кем» мы являемся» (ср.: Марей, URL; Шваб, URL; Negroponte, URL) в современном мире. Другими словами, сегодня «революционные» преобразования цифровой парадигмы активно проявляют себя в нашей повседневной жизни и тем самым участвуют в динамическом переформатировании нашей идентичности. Но если вопросы «*что* мы делаем» и «*как* мы делаем» частично находят ответы в оценках уровня развития высоких технологий (ИТ) в обществе, то вопросы «*как* нам позиционировать себя» в этом экспансивном пространстве цифровой культуры, когда меняется наша картина мира по мере осуществления радикальных технологических изменений, и «*возможно* ли сегодня наблюдать» какие-либо семиотические вербально - авербальные маркеры-сигналы в коммуникативном поведении человека говорящего, фиксирование которых могло бы подтверждать не только *процесс этапного погружения* человека медийного и дигитального в “комбинированный мир” взаимодействий виртуальной и объективной реальностей, но и *изменения его поведения* в этом наступающем “мире”, связаны с особыми свойствами

дигитальной коммуникации и спецификой использования дигитальной «грамотности» в реально-сетевом взаимодействии как друг с другом, так и с «человекозаменяющими агентивными» системами - устройствами, выступающими в качестве равноправных коммуникативных партнёров.

К числу наиболее значимых свойств, формирующих (конституирующих) культуру «цифрового мира» дигитальной коммуникации и оказывающих влияние на мобильность личной идентичности человека медийно=дигитального, можно отнести такие свойства, как *бесконтактность, бесконтрольное самопрезентирование, доминирование цифрового контента, доступность, многозадачность, одновременная разноплановость и ситуативная композитность, масштабируемость, мобильность, полиадресатность, полимодальность, прозрачность, образная размытость, рутинизация жизненного уклада, ускорение темпа жизни, снятие избыточности, сетевая привязанность (комфортность), персонажный аутопойэзис (самоконструирование) и абсолютное управление впечатлением о своей персонажности, совместимость, экономия ресурсов и времени, снятие избыточных затрат на взаимодействие с сетевыми партнерами, цифровое доминирование над смыслом сообщений, доминирование визуальной «экранности» в сообщениях информационно-медийного пространства.*

В этом, далеко не конечном списке обращает на себя внимание доминирующее присутствие таких свойств, которые не только определяют специфику дигитальной коммуникации (ср., например, такие свойства, как «бесконтактность», «масштабность», «многозадачность», «одновременная разноплановость и ситуативная композитность», «сетевая привязанность», «сетевая комфортность», «совместимость», «экономия ресурсов и времени», «доминирование цифрового контента», «цифровое доминирование над смыслом сообщений» и т.п.), но и предопределяют характер параметров мобильности личной идентичности, задавая (программируя) *абрис* формата *мены* поведения человека медийно-

дигитального как в сетевых информационных пространствах, так и в обыденной коммуникации, что позволяет ему (форматному образу. представлению) размывать границы между сценариями «жизни» в комбинированной дигитальной виртуальности и обыденной (повседневной) коммуникации. В этом плане превалирование таких свойств как «одновременная разноплановость», «доступность», «полиmodalность», «образная размытость», «рутинизация жизненного уклада», «ускорение темпа жизни», «персонажный аутопойэзис (самоконструирование)», «абсолютное управление впечатлением о своей персонажности», «бесконтрольное самопрезентирование», «доминирование визуальной “экранности” в сообщениях» активно проявляются в стремлении всех участников дигитальной коммуникации модифицировать свою *сетевую* и *личностную идентичность*, идентичность своего *Я* в диапазоне возможного превращения от обыкновенного (случайного) посетителя, последователя, сторонника, друга до уровня *Я*-медиа как источника, каузатора, инициатора и центра информационного перекрестка информационными обменными потоками.

И хотя «ни теории, ни данные, собранные биологами, социологами и экономистами, не могут предсказать, что люди будут делать в окружении ситуационных сетей, нательных компьютеров, вездесущих информационных сред и интерактивных репутационных систем» (Рейнгольд, 2006: 188), тем не менее, как в парадигме дигитальной коммуникации, так и в пространстве коммуникативных сценариев обыденной жизни можно зафиксировать наметившуюся тенденцию интерактантов различного порядка реализовывать своё коммуникативное поведение через «демонстративные коммуникативные акты или **демонстративы**» (Романов 1988: 51-55), отражающие вариативность *мобильности личной идентичности*. Поэтому парадигма виртуальной дигитальной коммуникации нацелена на то, чтобы в сетевых информационных пространствах и в сценариях обыденной коммуникации создавать и прививать всем интерактантам (т.е. и человеку говорящему,

медийному, дигитальному и его коммуникативным партнерам – “агентивным человекоподобным” системам-устройствам) **новое содержание** и **новые формы** «регулятивного (согласованного, непротивречивого) поведения, которые смогут взаимно *дополнять, обогащать, встраиваться* друг в друга и *корректировать* одна другую» (Романов 1988: 6-8, 16-26). Регулятивная природа новых форм и нового содержания дигитальной коммуникации способная связывать ментальную сферу людей (их сознание) и их коммуникативную среду, что, по мнению М. Кастельса, «равносильно переоснащению нашего разума», когда «человек начинает чувствовать, думать по-другому, овладевать новыми значениями и новыми правилами для придания смысла этим значениям» (Кастельс 2016: 449).

Безусловно, что для успешного взаимодействия в таких условиях потребуется выработка особой комплексной системы (или систем) «кодекса доверия» (Романов, 1988: 56-68) как между всеми участниками гиперсетевой интеракции, т.е. между членами общества, вовлеченными в такую гиперсетевую интеракцию, так и сетевыми пространствами различных интернет-платформ в создаваемом «мире цифровой культуры» общества (Романов, 2019; Романов, Романова, 2019a). Вполне естественно предположить, что *дигитальная коммуникация* как продуктивный конститuent «мира цифровой культуры общества» неизбежно столкнётся с проблемами создания *языка “единого общения”*, в котором должны найти отражения нюансы совместимости, масштабируемости и когерентности взаимодействий и взаимоотношений между реальным человеком-партнером и “человекозаменяющими” управляющими системами-устройствами, выступающими в качестве равноправных “агентивных” участников такой коммуникации. В этом контексте особая роль отводится процессу создания и последующего развития ресурсной триады, охватывающей тесную взаимосвязь между гиперсистемой *дигитальных знаний*, интерактивными условиями и свойствами *дигитальной коммуникации* (см. перечисленные

свойства выше) и коммуникативными правилами *дигитальной “грамотности”*.

Предложенный в настоящей работе прогностический подход к обозначенной ресурсной триаде позволяет раскрыть и описать динамику проявлений личностной идентичности человека-партнёра в *дигитальной коммуникации* и сформулировать в ней систему ожиданий (экспектаций) человека говорящего относительно ролевого поведения своих партнёров в качестве “агентивных” систем-устройств. В этой связи формат *дигитальной “грамотности”* занимает важное положение в ресурсной триаде, потому что такой формат позволяет раскрывать не только масштаб и всеобщие границы “мира” цифровизации (или цифровой информации), внедрённой в обыденную жизнь членов сообщества, но и контурные линии пограничных областей применения «интернет вещей» в глобальном смысле этого понятия.

В процессе приобретения, потребления и распространения “культуры *дигитального знания*”, «основу которой составляет коммуникационная среда и формирующие её технологии работы с информацией» (Романов, 2019), демонстрирующий себя и свою идентичность участник (т.е. “агентивный” демонстрант как человек или как система-устройство в коммуникативно-интерактивной роли партнёра) оказывается равным и одинаковым (т.е. ***оказывается независимым от социальной стратификации*** в плане приобретения энциклопедического – гуманитарного и дигитального – знания) по отношению к другим участникам дигитальной коммуникации. Подобное равенство даёт возможность демонстрирующему коммуниканту поэтапно

а) расширять свои возможности в достижении (получении, приобретении) дополнительных преимуществ (благ) в виде новой мобильности, новых сетевых контактов, нового уровня образования и обучения, нового коммуникативного опыта, новых услуг и технологий, новых техник и процедур принятия решений, нового – иного по форме, качеству и скорости – доступа к информационным ресурсам и базам данных,

б) оптимизировать выравнивание своих социальных и экспектационно-ролевых ожиданий и возможностей, чтобы оптимизировать их в условиях возникающей «многозадачности» и нестабильности с целью устанавливать и иметь одновременные контакты с несколькими партнерами («сетями» и «агентивными» системами-устройствами), а также «агентивно» (субъектно, лично или на уровне системы-партнёра) осуществлять другие виды деятельности, «наслаивающиеся» друг на друга, например, *одновременно слушать музыку, смотреть видео, гладить домашних животных и т.п. и не отчуждать* себя при этом от виртуального пространства и от своих собеседников, модифицируя (упорядочивая) своё время и таким образом, эффективно меняя виды деятельности, ускоряя и программируя или «рутинизируя» темп своей жизни, по Э. Тоффлеру (2010), чтобы приспособлять такой образ жизни к сжатому времени взаимодействия в новых «сценариях жизни» комплексной (двумодальной – предметно-физической и виртуально-сетевой) реальности и превращать её в определенный шаблон (выработанный, привычный набор готовых «лекал» действий), чтобы в сжатом времени «сценариев жизни» опираться на него, т.е. находиться и быть в определённой зависимости от такого «рутинизированного» или готового набора («лекал») действий,

в) создавать новую (иную), открытую, виртуально-сетевую (добавленную) реальность – открытый *цифровой* (дигитальный, образный) «мир» и с учётом особых характеристик, условий и свойств этого нового «мира» менять (реконфигурировать) как своё вербально-авербальное поведение, свою личную идентичность, так и поведение своих последователей или других – пользователей, «сетян», «сетевых граждан» – в виртуально-сетевом пространстве, в том числе и поведение своих «агентивных» систем-партнёров.

Важно отметить, что на этапе, обозначенным символом (в), цифровой или образный «мир» способен предлагать возможность любому «человеку говорящему» как участнику дигитальной коммуникации «почти абсолютно

управлять впечатлением о себе» (Becker, 1997; ср. также: Романов, 1995; 1996) и *модифицировать* коммуникативно-сетевую идентичность своего *Я не только* в диапазоне трансформаций автоматического изменения лица на видео с сохранением его освещения и естественной мимики, чтобы было невозможно идентифицировать такое лицо ни автоматической системой распознавания лиц, ни реальными людьми, которые хорошо знали обладателя настоящего лица (ср., например, результаты исследований “Facebook AI Research”), *но* также *и* в пределах возможной меры исполнения медийно-сетевой роли в диапазоне перехода от обыкновенного (случайного) посетителя дигитально- сетевого пространства, последователя, сторонника или друга («френда») к ролевому уровню *Я*-медиа как *источнику* и *центру* (или центральному узлу) информационного перекрестка обменными потоками информации до его (поточно-циклического) *круговорота* и *превращения* в *Мы*-медиа.

Трансформационный процесс сетевой идентичности от *Я*-медиа к *Мы*-медиа осуществляется в дигитальной реальности сетевого взаимодействия, дополненного новыми ролевыми образами – от человека социального, коммуникативного до человека информативного, медийного и человека дигитального. Однако такой трансформационный процесс способен *превратиться* и, судя по всему, уже *превращается* в каузативный источник возникновения ряда негативных последствий, вызываемых (или уже вызванных) активным влиянием перечисленных выше функциональных свойств *дигитальной коммуникации*, которые (последствия) таят в себе серьёзную озабоченность порождения определенных тревог и осложнений, а именно:

1) частичным или полным растворением (т.е. отказом от) собственной идентичности и приобщением (слиянием, приобретением, принадлежностью) к коллективной идентичности, в которой «*Я*», «*Мы*» и «*Они*» (т.е. другие, в том числе и “агентивные” управляющие системы-устройства) все вместе способны слиться воедино и ауторепродуцировать своё растворение

идентичности в сети, подобно эпидемическому (вирусному) заражению, по Р. Докинзу, В.М. Бехтереву, подвергая при этом друг-друга и всех своих партнёров по коммуникации, друзей, последователей, посетителей и сторонников с их собственными сторонниками соответственно своими виртуально-сетевыми социальными желаниями, ожиданиями, предпочтениями, страхами, фобиями, привычками и депрессиями,

2) порождением **нового** (после первого *химического* – от алкоголя и наркотиков, второго *поведенческого* – от различных игр /игровой привязанности до компьютерных игр видов зависимостей) третьего **вида зависимости**, а именно – «онтологической зависимости от себя», в терминологии У. Ван Гордона. Этот третий вид зависимости, нередко сравнивают с наркозависимостью, которая (или который как вид) не только обуславливает такой тип и **форму демонстративного поведения**, по К. Леонгарду (Леонгард, 2001), но и принуждает вовлеченного в дигитальное медиапространство социальных сетей человека не обращать (не фокусировать) внимания на фактуальную реальность (т.е. правду о состоянии дел, вещей и отношений в мире) и критическую оценку реальности и логическую рациональность действий, поступков, условий принятий решений и т.п.,

3) указанная зависимость, вызванная трансформационным процессом виртуально-сетевой мены ролевого поведения участников дигитальной коммуникации, таит в себе «ловушку» веры для участников в конструируемый (комбинированный, искусственный) мир под себя, в которой (в «ловушке веры») создаваемый виртуальным информационным пространством «цифровой мир» предназначен исключительно для своих и только для них, ибо основанием для такого выбора и решения является исключительная убежденность в том, что именно они (и только они) занимают (и могут занимать) центральную позицию в этом сконструированном мире, что именно они являются (предназначены быть) центром этого мира. Другими словами, **вера** в свою “избранность”, вера в

исключительность своего Я-медиа и в то, что создание «конструируемого в цифровом пространстве мира» *обеспечивает* в мире этого пространства только «своим» или причисляемым к этому разряду участникам дигитальной коммуникации ведущие (лидерские) позиции *в комплексных* интерактивных процессах, *в поведении, в экспектационных бенефициарных ожиданиях* от других относительно собственной позиции Я-медиа, *в реализации* иных, сконструированных (придуманных) «формах жизни» гибридного (т.е. реально-цифрового) медийно-сетевого пространства.

Таким образом, в виртуально-сетевом пространстве вера в исключительность собственной позиции Я-медиа подготавливает такому активному интерактанту-участнику цифрового (дигитального) общения коммуникативное обоснование и даёт *абсолютную* надежду (или морально-правовую основу) для себя, в первую очередь, и затем для своих последователей - «сетян» или «жителей сети» открыто позиционировать себя в *созданном* (комбинированном) *мире* посредством своего «исключительного, демонстративного» поведения в широком смысле в отношении других форм жизни, других объектов, предметов, понятий и отношений, которые в его глазах оказываются менее важными и значимыми по сравнению с занимаемой Я-медиа (т.е. авторской, или группой избранных единомышленников) позицией «центра *созданного* мира». Со всей очевидностью нужно признать, что в таком поведении “избранных” в позиции Я-медиа формируется каузативная основа (первопричина) переноса *своего* чрезмерно подчеркнутого (аутодемонстративного) или “*самофорсажного*” поведения, которое транспортируется субъектом (Я-медиа) из мира реальности “комплексной” дигитальной коммуникации в естественно - предметный реальный мир, который живёт по другим, естественно-коммуникативным правилам. Это означает, что “*самофорсажное*” демонстративное поведение обозначает черту (линию), лимнологически подтверждающую готовность граждан в позиции Я-медиа, эксплицитировать своё состояние, готовность и намерение преодолеть

(преодолевать) пограничное (порубежное) состояние между двумя сосуществующими “мирами” – как между естественно - предметным (реальным) миром и “миром” цифровой культуры, так и обратно.

Понятие «*самофорсаж*», по данным Г. Рейнгольда, было предложено в 1920 г. одним из почитателей английской научной фантастики для того, чтобы обозначить в своём поведении процесс «потакания самолюбия» (Рейнгольд, 2006: 173). В семантическом плане это понятие восходит к сокращенному слову в английском языке “*egoboo*”, означающим “*ego boost*” – «раздувание» собственного “Я”. В данной работе «*самофорсаж*» понимается как преднамеренная коммуникативно – функциональная (или прагматическая) демонстративность, представляющая собой акцентированное «демонстративное», в терминологии К. Леонгарда, выражение мобильной идентичности Я-медиа, наполненное эксплицитной иллокутивной направленностью указать на себя (своё Я), своё окружение, свой личный статус и свой статус-кво как в сетевой, так и в обыденной реальности. Очевидно, что в виртуально - цифровой коммуникативной реальности отмеченная особенность поведения Я-медиа подчёркивает демонстративное выражение динамики своей интерактивной идентичности, направленной на **выработку** и **приобретение** нового, «символического» (термин П. Бурдьё, 2001) или «*репутационно - коммуникативного капитала*» для демонстрирующей себя личности (или, возможно, для интерактивных “агентивных” систем-партнёров?) в виде «притягательно гибкой, атакующей, репрезентативно - перформативной информации, которая манифестационно соотносима с перформативным конструктом-посланием» (Романов, Романова, 2017; 2017а; 2018; 2018а; 2019).

В прагматическом плане перформативное «притяжение» таких посланий - конструктов (Романов, Романова, 2009; Романова, 2007) характеризуется тем, что они не только акцентируют («притягивают» к себе) внимание всех интерактантов-участников виртуально- сетевого пространства, но они характеризуются также ещё и тем, что порождаемое перформативное

пространство *самофорсажных* посланий-конструктов невозможно игнорировать, его нельзя не замечать, а также нельзя не принимать во внимание, потому что перформативное притяжение данного совместного пространства очень трудно разорвать и покинуть его (т.е. выйти из него) в одиночку, самостоятельно, не нарушив доверия к себе, не нанося ущерба своему сетевому статусу и сетевому контакту в отношениях с любыми другими участниками дигитально - коммуникативного взаимодействия, в том числе и с “агентивными” системными устройствами. Причина такого положения дел объясняется тем, что *гибкая, виртуальная, дигитально активная* и *агрессивно атакующая* информация “самофорсажных” посланий-конструктов Я-медиа создаёт такую же – *практически идентичную* – реальность для всех её участников, что не только фасцинирует их как интерактантов, но и одновременно (т.е. в тот же момент времени в силу особых свойства перформативного конструкта-послания) дезориентирует (сбивает с рационального пути принятия решения) других интерактантов - участников перформативно - информационной среды общения. Поэтому, постепенно погружаясь в активное виртуальное пространство дигитальной коммуникации, её участники, как правило, в том числе и сам Я-медиа, демонстративно действуют в заданном “самофорсажном” формате виртуально-интерактивной информационной среды, презентуя (коммуникативно демонстрируя, подавая, предъявляя) своё поведение посредством дискурсивной Я-информации или комплексной сетевой Я-практики: «Я-медиа как источник перформативного воздействия – Презентирую Вам и тем самым – «Говорю / сообщаю / показываю Вам» – и таким способом «Каузирую / побуждаю Вас», чтобы в Вашем личном присоединении ко мне в виде ответного послания, действия, поступка – Вы *единились* со мной и *трансформировались* подобно мне (как Я) – *Стали* вместе со мной *едины* и *солидарны* в образованной нами позиции Мы-медиа с целью распространения (тиражирования и транслирования) в инфосфере или сети нашей совместной установки / наших совместных установок».

Отмеченная в цифровой коммуникации форма демонстративного поведения в виде демонстратива - типа или демонстратива - события суть спектаклеобразное *представление*, которое в *символическо - семиотическом* плане сообщает информацию о себе другим участникам сетевого пространства. Тем не менее, необходимо иметь в виду, что «настоящие или предвиденные реакции» других участников виртуальной коммуникации *на такую перформативную информацию* о демонстративном типе поведения влияют на *время, форму и удовлетворение* самопрезентационной деятельности. В этой связи важно отметить, что самопрезентационная деятельность участника виртуально-сетевой интеракции в позиции Я-медиа «руководствуется, по мнению Б. Шленкера, множеством мотивов». И даже если она «необязательно должна включать в себя сознательное внимание и контроль» (Schlenker, 2003: 505), то перформативные свойства этой *самофорсажной* деятельности обуславливают и внимание, и контроль, и «жесткую иллюкативную привязку» содержания и целевого воздействия к иллюкативному или результирующему коммуникативному эффекту – к смене отношений между Я-медиа и другими интерактантами, которые под воздействием притяжения перформативности трансформируют свою идентичность и принимают солидарную позицию Мы-медиа (Романов, 1982; 2005; Романов, Романова, 2009; 2018а; 2019; 2019а; 2019б; Романов, Романова, Федосеева, 2013).

Таким образом, правомерно предположить, что наряду с другими свойствами цифровой коммуникации свойство *перформативного притяжения* виртуально-сетевой самопрезентации или «самофорсажного» цифрового взаимодействия способно оказывать существенное влияние на динамику (*мобильность*) идентичности личностного Я участников виртуально-сетевой интеракции. В этом контексте не кажется случайным наше наблюдение о самофорсажном типе виртуально-сетевого поведения участника в ролевой позиции Я-медиа, реализуя которую он показывает (подаёт “сигналы”, обозначает, выражает) другим участниками свою

готовность к взаимодействию с ними в комплексном мире цифровой культуры. Высказанное выше предположение созвучно результатам проведенных в середине 1990-х годов исследований, посвященных трансформации человеческой личности в виртуальном мире, в котором бытует, по мнению Шерри Теркл, «множественность» и «зыбкость» представлений человеческого Я в среде виртуального общения (Turkle, 1995). Результаты наблюдений Ш. Теркл подтверждают выявленную нами специфику *самофорсажного* поведения участника виртуально-сетевой интеракции, демонстрирующую его желание, возможность, цифровую «грамотность» и готовность к успешному (согласованному, со - работническому) взаимодействию с любыми другими интерактантами в условиях виртуально-сетевой реальности цифровой коммуникации.

Основная стратегическая задача Я-медиа как участника цифровой коммуникации – погружение в её виртуально-сетевую реальность и превращение (трансформирование) своей мобильной идентичности в «человека виртуальной медийности» или в «человека медийного» (т.е. в «Я-медиа»), чтобы он мог не только зафиксировать себя и оставить «отпечаток» («след») своего Я, но ещё и мог бы обосноваться (прижиться, «получить прописку» или «прописаться») в сети на правах *источника* актуальной информации как *исходной платформы*, задающей перформативный круговорот циклического интерактивного движения сетевой информации от Я-медиа к Мы-медиа и обратно, когда с каждым интерактивным оборотом информационного цикла прирастает число поклонников (присоединившихся, сторонников), которые способны образовывать свои узловые центры или интерактивные платформы информационного оборота. Погружаясь постепенно в активное виртуальное пространство цифровой коммуникации, её участники, как правило, действуют в заданном «рутинизированным темпом» формате виртуально - интерактивной информационной среды, презентуя (коммуникативно демонстрируя, подавая, предъявляя) своё поведение посредством дискурсивной Я -

информации или сетевых Я-практик, которые зачастую не включают перформативные показатели (маркеры) демонстративности в свои манифестационные конструкции.

В цифровой коммуникации виртуально-сетевые демонстративные Я-практики или Я-демонстративы способны выполнять целый ряд функций, таких как *фокусирующая, стимулирующая, смыслообразующая, конструктороформирующая, рефрейминговая и фасцинирующая*. Последняя функция связана с вызовом образов символической экспрессии, сочувствия и переживания, которые неизбежны в условиях смешанного общения реального и виртуального миров. Функциональное многообразие демонстративных Я-практик в виртуально-сетевой коммуникации даёт возможность рассматривать *демонстратив Я-медиа* как *жанровую разновидность демонстративного директива* в условиях цифровой интеракции и общения. Демонстративный директив в условиях сконструированного комплексного мира цифровой интеракции и коммуникации схематически реализуется следующим образом: *Я-медиа – демонстрирую себя всему* информационному пространству (“миру”) и тем самым – *Я предъявляю* (подаю, демонстрирую, заявляю) *себя* и поэтому – *Я всем виден таким*, каким – *Я себя подаю – таким*, каким *Я существую в момент* этой презентации и – *Я существую в презентуемом Я-образе* и роли *таким*, каким – *Я существую сконструированным*, чтобы *Каждый, Кто* меня видит, *оценил меня* (директив: «завидуй мне!»), *признал меня таким, идентифицировал меня в сети таким* и *делал как Я* (директив: «делай, как я», «подражай мне»).

Ссылки – References in Russian

Бурдые, 2001 – *Бурдые П.* Практический смысл. – СПб.: Питер, 2001. – 562 с.

Вартанова и др., 2017 – *Вартанова Е.Л.* Индустрия российских медиа: цифровое будущее / Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Максеенко М.И., Смирнов С.С. – М.: МедиаМир, 2017. – 160 с.

Голенок, Осипова, 2018 – *Голенок М.П., Осипова Н.О.* Digital Humanities: проблемное поле и перспективы развития [Электронный ресурс] // Научное обозрение: электронный журнал. – 2018, № 1. ID 85. URL: <http://www.srjournal.ru> (дата обращения: 15.09.2019).

Кастельс, 2016 – *Кастельс М.* Власть коммуникации. Пер. с англ. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.

Леонгард, 2001 – *Леонград К.* Акцентуированные личности. – М.: Экспресс, 2001. URL: <http://www.koob.ru> (дата обращения: 15.09.2019).

Марей, URL – *Марей А.* Цифровизация как изменение парадигмы [Электронный ресурс] URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/digitalization.aspx> (дата обращения: 15.09.2019).

Приоритетный проект, URL – *Приоритетный проект* в области образования «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://neorusedu.ru/about> (дата обращения: 15.09.2019).

Рейнгольд, 2006 – *Рейнгольд Г.* Умная толпа: новая социальная революция. Пер. с англ. – М.: ФАИР-Пресс, 2006. – 416 с.

Романов, 1982 – *Романов А.А.* Коммуникативно-прагматические и семантические свойства немецких высказываний-просьб. Дисс. ... канд. филол. наук, 1982. – 168 с.

Романов, 1988 – *Романов А.А.* Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М.: Ин-т языкознания АН СССР; Калининский СХИ, 1988. – 183 с.

Романов, 1995 – *Романов А.А.* Грамматика деловых бесед. – Тверь: Фамилиа, 1995. – 240 с.

Романов, 1996 – *Романов А.А.* Управленческая коммуникация. – Тверь: ЦПП «Тверьэнерго», 1996. – 238 с.

Романов, 2005 – *Романов А.А.* Семантика и прагматика немецких перформативных высказываний-просьб. – М.-Тверь: Ин-т языкознания РАН; Тверская ГСХА, 2005. – 153 с.

Романов, 2006 – *Романов А.А.* Лингвистическая мозаика. Избранное. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверская ГСХА, 2006. – 436 с.

Романов, 2015 – *Романов А.А.* Спин-докторинговая реализация ментальных репрезентаций в Интернет-коммуникации // Язык, коммуникация и социальная среда – Language, Communication and Social Environment. Ежегодное международное издание. Вып. 13 / Issue No 13. – Воронеж: Воронежск. гос. ун-т; Наука–Юнипресс 2015. – С. 87–116.

Романов, 2019 – *Романов А.А.* Специфика дигитальной коммуникации в свете демонстративных “форсажных” регулятивов // «Научные приоритеты в АПК: инновации, проблемы, перспективы развития». Сб. научн. тр. по материалам. Междунар. науч. - практич. конф. 22 октября 2019 г. – Тверь: Тверская ГСХА, 2019. – С. 270–285.

Романов, Романова, 2009 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Притяжение перформатива: Очерки по теории перформативности от Дж.Л. Остина до наших дней. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверская ГСХА, 2009. – 156 с.

Романов, Романова, 2017 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Роль дигитальной коммуникации в медийном пространстве информационного общества [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2017, № 1. – С. 1–20. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Романов, Романова, 2017a – *Романов А.А., Романова Л.А.* Дискурселфи как перформативный коммуникативный феномен социальных сетей // Межкультурная коммуникация: теория и практика: сб. научн. тр. XVII

Междунар. научно-практич. конф. «Лингвистические и культурологические традиции и инновации. – Томск: Изд-во ТПУ, 2017. – С. 72–78.

Романов, Романова, 2018 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Вербальная агрессия в профессиональной коммуникации. – Тверь: Тверск. гос. ун-т, 2018. – 192 с.

Романов, Романова, 2018а – *Романов А.А., Романова Л.А.* Селфи как перформативный дискурс самопрезентации личности в сетевой коммуникации // *Язык, коммуникация и социальная среда – Language, Communication and Social Environment*. Вып. 16. – Воронеж, 2018. – С. 39–64.

Романов, Романова, 2019 – *Романов А.А., Романова Л.А.* Человек медийный как сетевой центр информационного круговорота от Я-медиа к Мы-медиа // *Языковой дискурс в социальной практике: мат. Междунар. научно-практ. конф.* – Тверь: Тверск. гос. ун-т, 2019. – С. 24–36.

Романов, Романова, 2019а – *Романов А.А., Романова Л.А.* Демонстративы как маркеры сетевого поведения Я-медиа в цифровой коммуникации // *Настоящее и будущее стилистики: сб. науч. ст. Междунар. науч. конф. (13-14 мая 2019 г.) / науч. ред. д-р филол. наук, проф. Е.Л. Вартанова.* – М.: ФЛИНТА, 2019. – С. 633–642.

Романов, Романова, 2019б – *Романов А.А., Романова Л.А.* Медийные демонстративные Я - практики как перформативные маркеры сетевой идентификации // *Русская грамматика: активные процессы в языке и речи: сборник научных трудов Международного научного симпозиума / научн. ред. проф. В.Н. Степанов.* – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2019. – С. 813–825.

Романов, Романова, Федосеева, 2013 – *Романов А.А., Романова Л.А., Федосеева Е.Г.* Перформативные ритуальные акты сакральной коммуникации. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверская ГСХА, 2013. – 241 с.

Романова, 2007 – *Романова Л.А.* Конструктивная семантика криптокласса английских прилагательных размера в диахронии и синхронии. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверская ГСХА, 2007. – 120 с.

Романова, 2009 – Романова Л.А. Структурно-семантические аспекты композитных перформативов в функциональной парадигме языка. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тверская ГСХА, 2009. – 180 с.

Тоффлер, 2010 – Тоффлер Э. Третья волна. – М.: Аст: Аст Москва, 2010. – 795 с.

Федеральный проект, 2016 – *Федеральный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации»*, 2016 [Электронный ресурс]. URL: Режим доступа: <http://static.government.ru/media> (дата обращения: 15.09.2019).

Шваб, 2016 – Шваб К. Четвертая промышленная революция [Электронный ресурс]. Изд-во «Э», 2016. URL: Режим доступа: <https://mybook.ru/author/Klaus-shvab/chetvertaya-promyshlennaya-revoluciya/read/> (дата обращения: дата обращения 23.12.2018).

References

Bourdieu, P. (2001) *Practical Sense*, St. Petersburg, Peter, 562 p. (in Russian)

Becker, B. (1997) *To be in touch or not?* Some remarks on communication in virtual environments URL: <http://duplox.w2-berlin.de/docs/panel/becker.html> (дата обращения: 15.09.2019).

Golenok, M.P., Osipova N.O. (2018) Digital Humanities: a problem field and development prospects [Electronic resource] // *Scientific Review: Electronic Journal*, No. 1. ID 85, URL: <http://www.srjournal.ru> (accessed: September 15, 2019). (in Russian).

Castells, M. (2016) *The Power of Communication*. Per. with English., M., Ed. House of the Higher School of Economics, 564 p. (in Russian).

Federal project "Modern digital educational environment in the Russian Federation", (2016) [Electronic resource]. URL: Access mode: <http://static.government.ru/media> (accessed: 09/15/2019). (in Russian).

Leongard, K. (2001) *Accentuated Persons*, M., Ex-Press URL: [http:// www.koob.ru](http://www.koob.ru) (accessed date: 09/15/2019). (in Russian).

Marey, A. (2019) *Digitalization as a paradigm shift* [Electronic resource] URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/digitalization.aspx> (accessed September 15, 2019). (in Russian).

Negroponte, N. (1995) *Being Digital*, New York: Knopf URL: РЕЖИМ доступа: [http:// inance.ru/2017/09/ cifrovaya-ekonomika/](http://inance.ru/2017/09/cifrovaya-ekonomika/) (дата обращения: 25.04.2019).

Priority project in the field of education “Modern digital educational environment in the Russian Federation”, (2019) [Electronic resource], Access mode: <http://neorusedu.ru/about> (accessed date: September 15, 2019). (in Russian).

Reinhold, G. (2006) *Smart Crowd: A New Social Revolution*. Per. with the English., M., FAIR-Press, 416 p. (in Russian).

Romanov, A.A. (1982) *Communicative-pragmatic and semantic properties of German sentence-requests*. Diss. ... cand. filol. sciences, 168 p. (in Russian).

Romanov, A.A. (1988) *System analysis of regulatory means of dialogic communication*, M., Institute of Linguistics, USSR Academy of Sciences; Kalininsky Agricultural Institute, 183 p. (in Russian).

Romanov, A.A. (1995) *Grammar of Business Conversations*, Tver, Last Name, 240 p. (in Russian).

Romanov, A.A. (1996) *Management Communication*, Tver, TPC "Tverenergo", 238 p. (in Russian).

Romanov, A.A. (2005) *Semantics and pragmatics of German performative utterance-requests*, M.-Tver, Institute of Linguistics, RAS; Tverskaya State Agricultural Academy, 153 p. (in Russian).

Romanov, A.A. (2006) *Linguistic mosaic. Favorites*, M., Institute of Linguistics, RAS; Tver State Agricultural Academy, 436 p. (in Russian).

Romanov, A.A. (2015) Spin-Doctoral Implementation of Mental Representations in Internet Communication // *Language, Communication and Social Environment - Language, Communication and Social Environment*. Annual

international publication. Vol. 13 / Issue No 13., Voronezh: Voronezh. state un-t; Science – Unipress, pp. 87–116. (in Russian).

Romanov, A.A. (2019) The specifics of digital communication in the light of demonstrative “afterburner” regulations // *“Scientific priorities in the agro-industrial complex: innovations, problems, development prospects”*. Sat scientific tr according to the materials. Int. scientific - practical conf. October 22, 2019, Tver, Tver State Agricultural Academy, pp. 270–285. (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2009) *The attraction of performative: Essays on the theory of performativity from J.L. Austin to our days*, M., Institute of Linguistics, RAS; Tver State Agricultural Academy, 156 p. (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A. The role of digital communication in the media space of the information society // *World of Linguistics and Communication: electronic scientific journal*. 2017, No. 1. P. 1–20. Access Mode: www.tverlingua.ru (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2017) Self-service discourse as a performative communicative phenomenon of social networks // *Intercultural communication: theory and practice: collection of books. scientific tr XVII International scientific and practical conf. “Linguistic and Culturological Traditions and Innovations*, Tomsk, TPU Publishing House, pp. 72–78. (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2018) *Verbal aggression in professional communication*, Tver, Tversk. state un-t, 192 p. (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2018) Selfies as a performative discourse of personality self-presentation in network communication // *Language, Communication and Social Environment - Language, Communication and Social Environment*, Vol. 16, Voronezh, S. 39–64. (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2019) Media man as a network center of the information cycle from I-media to We-media // *Language Discourse in Social Practice*, Mat. Int. scientific and practical. Conf., Tver, Tversk. state Univ., pp. 24–36. (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2019) Demonstrators as markers of the network behavior of I-media in digital communication // *The Present and Future of Style: Sat. scientific Art. Int. scientific conf.* (May 13-14, 2019) / scientific. ed. Dr. filol. sciences, prof. E.L. Vartanova., M., FLINT, pp. 633–642. (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A. (2019) Media demonstrative self - practices as performative markers of network identification // *Russian grammar: active processes in language and speech: collection of scientific papers of the International Scientific Symposium* / scientific. ed. prof. V.N. Stepanov, Yaroslavl, RIO YAGPU, pp. 813–825. (in Russian).

Romanov, A.A., Romanova, L.A., Fedoseeva, E.G. () *Performative ritual acts of sacred communication*, M., Institute of Linguistics, RAS; Tver State Agricultural Academy, 241 p. (in Russian).

Romanova, L.A. (2007) *Constructive semantics of the cryptoclass of English adjectives of size in diachrony and synchrony*, M., Institute of Linguistics, RAS; Tver State Agricultural Academy, 120 p. (in Russian).

Romanova, L.A. (2009) *Structural and semantic aspects of composite performatives in the functional paradigm of a language*, M., Institute of Linguistics, RAS; Tver State Agricultural Academy, 180 p. (in Russian).

Schlenker B.R. (2003) Self-presentation // *Handbook of Self and Identity*. Ed. by M. Leary et al., – N.Y. pp. 488–518.

Schwab, K. (2016) *Fourth Industrial Revolution* [Electronic resource]. Publishing House URL: Access mode: [https:// mybook.ru/author/Klaus-shvab/chetvertaya-promyshlennaya-revoluciya/](https://mybook.ru/author/Klaus-shvab/chetvertaya-promyshlennaya-revoluciya/) read / (accessed date: accessed date 12/23/2018). (in Russian).

Toffler, E. (2010) *Third Wave*, M., Ast, Ast Moscow, 795 p. (in Russian).

Turkle Sh. (1995) *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*, N.Y. URL: <http://web.mit.edu/sturkle/www> (дата обращения: 25.04.2019).

Vartanova, E.L. (2017) *Russian Media Industry: Digital Future* / Vartanova E.L., Vyrkovsky A.V., Makseyenko M.I., Smirnov S.S., M., MediaMir, 160 p. (in Russian).