

2. СОЦИОЛИНГВИСТИКА, ЭТНОЛИНГВИСТИКА, ПСИХОЛИНГВИСТИКА КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ ЗНАНИЙ

УДК 811.112.2:81'3

КОНСТРУИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

Петренко Д. А., Лихачёв Э. В., Чернышова М. В.

*Институт филологии ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского», Симферополь, Российская Федерация
E-mail: daniil.petrenko@list.ru; margomarina2003@mail.ru; eduard.evp@gmail.com*

Статья посвящена проблеме конструирования виртуальной языковой личности. Цифровизация общества является причиной быстрого роста числа участников виртуальной коммуникации, что обуславливает актуальность лингвистического исследования языковой самопрезентации пользователей социальных сетей. В статье рассматриваются определения термина «виртуальная личность», исследуется вербальный и невербальный инструментарий манифестации виртуальной личности, выделяются лексические и стилистические особенности речи пользователей. В ходе исследования применялись методы наблюдения, описания, обобщения, лингвостилистического анализа. Материалом послужили 122 страницы немецкоязычных пользователей ВКонтакте, всего было проанализировано более 1000 текстов и более 7000 высказываний. Полученные результаты можно обобщить следующим образом: коммуникация в социальной сети направлена на создание и поддержание имиджа, образа пользователя; характерными особенностями виртуальной языковой личности являются полиидентичность, динамичность, свобода самореализации и многостильность коммуникации; виртуальная языковая личность самовыражается за счет визуальных и языковых средств, что проявляется в никнейме, статусе, основной информации страницы, постоянном веб-адресе; речь пользователя социальной сети характеризуется большим количеством жаргонизмов, неологизмов, окказионализмов, высокой образностью, наличием прецедентных феноменов и интернет-мемов, принадлежностью к разговорному стилю и языковой игрой.

Ключевые слова: виртуальная коммуникация, виртуальная языковая личность, полиидентичность, средства языковой выразительности, лингвостилистический аспект.

ВВЕДЕНИЕ

Двадцатый век ознаменовался научно-промышленной революцией, в ходе которой ведущим фактором производства стала наука, а индустриальное общество трансформировалось в постиндустриальное. На смену третьей промышленной революции в начале двадцатого века приходит четвертая [11], в основе которой лежит трансформация технологической инфраструктуры и ускоряющаяся цифровизация всей цивилизации. «Нефтью» четвертой промышленной революции называют данные [2], ежегодный рост объема которых составляет 30%, что позволяет говорить об «информационном взрыве» [4]. Согласно данным отчета по статистике интернета Global Digital 2022, численность интернет-аудитории в начале 2022 года составляла 4,95 млрд. пользователей или 62,5% мирового населения [10]. Каждый пользователь в среднем ежедневно проводит в интернете 7 часов (43% времени бодрствования), из них – около двух с половиной часов в социальных сетях, что составляет примерно 15% времени бодрствования. Ввиду вышеизложенного,

актуальным представляется исследование виртуальной языковой личности немецкоязычных пользователей социальной сети ВКонтакте.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Ход исследования

Материалом исследования послужили странички немецкоязычных пользователей ВКонтакте и их никнеймы, статусы и посты, опубликованные в 2022 году. Общее число информантов составило 122 носителя немецкого языка (62 мужчины и 60 женщин в возрасте от 18 до 35 лет). Текстовый корпус составил более 1000 текстов или более 7000 высказываний. Анализ языковых особенностей выполнялся на лексическом, грамматическом и стилистическом уровнях. Теоретическую базу исследования составили труды по теории виртуальной коммуникации [1; 3; 5; 6], которые позволили подобрать наиболее релевантное определение понятия виртуальной личности для дальнейшего формирования корпуса исследования.

Понятие виртуальной личности

Вовлеченность большей части мирового населения в виртуальную коммуникацию и разнообразие подходов к определению рассматриваемого феномена обуславливает наличие различных дефиниций. С точки зрения теории виртуальной коммуникации под виртуальной личностью необходимо понимать любого участника виртуального дискурса, т. н. «человека кликающего», «пост-человека» (англ. «*post-human*») [цит. по 5, с. 289]. Обязательным атрибутом пользователя интернета является «цифровой отпечаток» [9], т. е. история поисковых запросов, авторизаций и посещений различных веб-страниц. Таким образом, термин «цифровая личность» можно рассматривать как синоним термина «виртуальная личность» в его широком понимании.

В исследованиях интернет-зависимости виртуальная личность противопоставляется реальной личности [цит. по: 5, с. 289]. Термин наполняется такими негативными коннотациями, как зависимость, аксиологическая переориентация (виртуальная коммуникация ставится выше реального здоровья), виртуализация психики. Виртуальная реальность представляется как массовая галлюцинация, в которой разрушение традиционного образа мышления приводит к патологической деформации личности. В такой психологической трактовке увеличение объема понятия приводит к уменьшению его содержания, что является нерелевантным для данного лингвистического исследования.

Нидерландский философ Й. Хёйзинга писал о «человеке играющем» (*homo ludens*) [8]. Игровая концепция культуры находит свое отражение и в рамках виртуальной коммуникации – в видеоигры, в том числе онлайн, играют миллиарды человек [13]. В рамках вселенных многопользовательских онлайн-игр пользователи общаются, управляя созданными в игровом мире персонажами, наделенными индивидуальными визуальными и физическими характеристиками. Несмотря на ассоциацию себя и других пользователей с подконтрольными игровыми аватарами, участники коммуникации полностью отдают себе отчет в несовпадении реальных личностей и вымышленных аватаров.

Под виртуальной личностью также понимают вымышленную личность, которая существует только в пределах социальной сети. Создателем такой вымышленной личности может выступать как реальный человек, и тогда такая страница считается «фейковой», так и программа-скрипт или текстовый робот. Чат-боты выполняют сервисные функции, ведя переписку от лица компании на официальных сайтах или в каналах мессенджеров. Фейковые страницы намеренно вводят других пользователей в заблуждение – недобросовестные участники интернет-коммуникации используют их для анонимизации и последующих противоправных действий (мошеннические схемы, накрутки голосов, преследование других пользователей и т.д.). С развитием нейросетей [7] доля страниц, представленных такими виртуальными личностями, может увеличиться.

Наиболее релевантным для исследований языковых личностей пользователей Интернета представляется определение «виртуальной языковой личности как сплава личности реальной с ее сконструированным образом» [5, с. 290]. Участники виртуальной коммуникации не могут с уверенностью утверждать, насколько личность их адресата совпадает с реальной личностью отправителя, который может пользоваться как вымышленным образом, так и не разграничивать свою реальную и сетевую личность. Желание предстать в более выгодном свете перед адресатом заставляет адресанта конструировать определенный образ, используя при этом визуальные и языковые средства.

Конструирование виртуальной языковой личности

Персональная страница в социальной сети ВКонтакте предоставляет широкие возможности самовыражения. К невербальным средствам относится загрузка медиаконтента и редактирование аватара, использование эмодзи (♪Zurückgerudert!♪ «Дал заднюю!»), прописного текста – т. н. шрифта CAPS LOCK для передачи интонационных особенностей и увеличения интенсивности высказывания (*DU SOLLST GESPRÄCH DISTILLIEREN, DU SPINNER!* «ФИЛЬТРУЙ БАЗАР, ДОДИК!»); *ICH LEBE AUF ÜBERHOLSPUR* «Я ЖИВУ В КАЙФ», *WAS SOLL DIESER BERICHT AUS ABSURDISTAN?* «ЧТО ЗА ЧУШЬ?»), усечения (*Ich geh aufs Ganz* «Я иду ва-банк»; *Um die Nas' gführ!* «Наколел!»), повторения букв и знаков препинания (*Alles sheeeeeeeeeeeesh!!!!* «Все прикооооооольно!»), попеременное использование строчных и прописных букв (*gUcKe gUcKe aLtE kLuCke!* «Смотри, старая клуша!»); *Was gLotZt dU?* «Че уставился?»).

Регистрация в социальной сети начинается с указания имени и фамилии пользователя, зачастую в обращении к пользователю между ними добавляется никнейм, например, *Heinz „Macho“ Müller* «Хайнц «мачо» Мюллер», *Lisa „Schönheit“ Schneider* «Лиза «красотка» Шнайдер», *Heinrich „Spieß“ Schmidt* «Хайнрих «приколист» Шмидт».

Созданию желательного образа также способствует уникальный статус. В основе таких философских или юмористических высказываний чаще всего лежат антитезы: *Entfernung trennt nur Körper, niemals Herzen* «Расстояние разделяет только тела, никогда сердца»; *Bei der falschen Person kannst du nichts richtig machen. Bei der richtigen Person kannst du nichts falsch machen* «С неправильным человек ты ничего не

можешь сделать правильно. С правильным человеком ты ничего не можешь сделать неправильно»; *Höre nie auf, anzufangen und fange nie an, aufzuhören* «Никогда не прекращай начинать и никогда не начинай прекращать»; *Ein Tropfen Liebe ist mehr als Ozean Verstand* «Капля любви больше, чем океан разума»; *Es sind die Augenblicke die zählen, nicht die Dinge* «Считаются моменты, а не вещи». Другими важными стилистическими средствами являются олицетворения (*Der Mund kann lachen, selbst wenn das Herz weint* «Рот может улыбаться, даже когда сердце плачет»; *Die Zeit vergeht nicht schneller als früher, aber wir laufen eiliger an ihr vorbei* «Время проходит не быстрее, чем раньше, но мы пробегаем в большей спешке мимо»), сравнения (*Chancen sind, wie Sonnenaufgänge – wer zu lange wartet, verpasst sie* «Шансы как восходы солнца – если ждешь слишком долго, то можешь пропустить»; *Du bist wie guter Wein: Nicht älter, sondern besser!* «Ты как хорошее вино: не старше, а лучше!»), эпитеты (*Du bist die süßeste Versuchung – obwohl es Schokolade gibt* «Ты – самое сладкое искушение – несмотря на то, что есть шоколад»; *Wilde Typen wie Du werden nicht älter sondern lässiger* «Дикие парни вроде тебя становятся не старше, а непринужденнее»), повторы (*Ein Leben voller Freundschaft ist ein gutes Leben* «Жизнь, наполненная дружбой, это хорошая жизнь»; *Ewig dein, ewig meine, ewig uns* «Навсегда твой, навсегда моя, навсегда мы»; *Es gibt drei Wege zu meinem Herzen: Kauf mir Essen. Mach mir Essen. Sei Essen* «Существуют три пути к моему сердцу: покупай мне еду. Готовь мне еду. Будь едой»), игра слов (*Ich bin WG-tarisch: Ich esse, was meine Mitbewohner kochen* «В еде я ВГ-тарианец: ем то, что готовят мои соседи»; *Tja, liebe Autokorrektur! Der Klügere gibt Nachos* «Ах, дорогой Т9! Умный отдаст начо»).

Еще одним важным элементом персонализации страницы является «стена» или лента постов – сообщений от самого пользователя и репостов других страниц. Чаще всего, пост состоит из вербальных и невербальных компонентов (фото-, видео-, аудиоматериалы). Даже в случае отсутствия аудиовизуальной составляющей, пользователи тяготеют к сокращению текста – более длинные тексты пренебрежительно называются *Brücke* (дословно «мост», в российском сегменте интернета – «простыня») прячутся «под кат» и имеют меньше шансов быть прочитанными. Результаты синтаксического анализа подтверждают общие тенденции к сокращению текстовой информации, адаптации под клиповое мышление других пользователей:

1. Преимущественное использование простых предложений:

Das wird noch interessant. («Будет интересно»)

Das macht mich fertig. («Меня это добивает»)

Hab ich das richtig verstanden? («Я верно поняла?»)

2. Широкое применение односоставных предложений и эллиптических конструкций:

Daraufhin Blockage. («После этого бан»)

Kriminelle auf Droge. («Преступник под кайфом»)

Die Witze aus. («Шутки закончились»)

3. Номинативный характер предложений:

Eine längere Überlegung ist dann aber dabei raus. («Но при этом здесь [появляется] более длительное размышление»)

4. Эмфатическая пунктуация:

Abba ... abba ... abba ... abba ... abba ... abba ... abba ... abba ... näääh, wie kann denn das seiiiiin? («Но..но..но.. [...] нууу, как же это возможно?») *Ich fahre aus der Haut!!! Alles fährt aus dem Ruder!!!! Hat sie etwa einen Vogel?!?!* («Я выхожу из себя!!! Все выходит из-под контроля!!!! Она что, с приветом?!?!?»)

5. Эмфатический порядок слов:

Idiotensicher war das schon immer. («Дураку понятно это всегда было»)

Zusammengekratzt hat er doch das Geld. («Деньги наскреб он»)

Geld schaufeln wirst du hier nicht. («Грести бабло лопатой ты здесь не будешь»)

Лексические особенности речи виртуальной языковой личности

Жанровой особенностью виртуальной коммуникации является ее анонимность и ограниченный сенсорный опыт [1, с. 40]. Зачастую целью коммуникации в интернете становится введение в заблуждение других пользователей, либо повышение чувства собственного превосходства за чужой счет, что приводит к нарушению сетевого этикета в виде флуда, флейма, спама, скама, буллинга, троллинга, газлайтинга, шейминга, хейта и т.п. коммуникативных актов, ограниченных в реальном общении немедленными физическими последствиями для адресанта. Лексические характеристики речи немецкоязычных пользователей социальных сетей можно сформулировать следующим образом:

1. Значительное количество неологизмов (*die Gammelfleischparty* «вечеринка для тех, кому за 30»; *bodenlos* «проблематичный»; *Buntland* «разноцветная страна»; *dopamin-überfrachtete Welt* «мир, перегруженный допамином», *Wokeismus* «пробужденчество»). Некоторые из них отмечаются как слово года молодежи – например, в 2021 году это был *Cringe* «испанский стыд», а в 2022 году *Smash* «флирт, подкат, заигрывание» [12].
2. Широко представлены заимствования из английского языка (*gedownloadet* «скачал»; *geemailt* «отправил электронное письмо»; *getunt* «настроил»; *gesteamt* «купил в стиме»; *gecleart* «очистил»; *gecheckt* «проверил»; *der Crush* «новая романтическая связь»; *der Vkonakte-Influencer* «лидер общественного мнения ВКонтакте».
3. Употребление эмоциональной лексики, часто со сниженной стилистической окраской (*der Schlamassel* «неразбериха»; *vor Glück aus dem Häuschen sein* «сойти с ума от счастья»; *aus den Wolken fallen* «свихнуться от радости»; *mir*

ist alles Käse/Wurst «мне все по барабану/фиолетово»; *die kalte Schulter zeigen* «отказаться»; *durch den Kakao ziehen* «прикалываться»; *aufs Ganze gehen* «идти ва-банк»; *alles auf den Wind schlagen* «забить на все»; *die Beine in den Bauch stehen* «долго ждать»; *nicht alle Tassen im Schrank haben* «не все дома»; *schmutzige Wäsche waschen* «перемывать кости»; *du kannst mir gestohlen bleiben* «знать тебя больше не хочу»; *positive Früchte von etwas tragen* «иметь выгоду с чего-то»; *der innere Schweinehund* «безвольность»; *die Blechlavine* «автомобильная пробка»; *der Laufbursche* «бегунок»; *Stirn bieten* «дать отпор»; *am Arsch der Welt* «черт знает где».

ВЫВОДЫ

Широкие возможности редактирования основных атрибутов страницы (аватар, статус, лента постов) позволяют утверждать о динамичности, полиидентичности, многостильности виртуальной языковой личности, которая представляет собой самопрезентацию реальной личности в интернете посредством визуальных и языковых средств. Речи пользователей социальных сетей присущ разговорный стиль, заимствований и неологизмов, упрощенный синтаксис, высокая эмоциональность и образность высказываний. Опосредованность и анонимность коммуникации обуславливает возможность нарушений сетевого этикета, выражающихся в виде троллинга, флейма, хейта и других коммуникативных жанров, дальнейшее исследование которых представляется перспективным. Результаты данного исследования могут быть применены в преподавании таких дисциплин, как основы виртуальной коммуникации, лексикология и коммуникативные стратегии немецкого языка.

Список литературы

1. *Гермашева Т. М.* Виртуальная языковая личность в пространстве блог-дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2014. – № 2. – С. 36–40.
2. Данные. – Режим доступа: <https://http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%94%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5>. – (Дата обращения: 26.12.2022).
3. *Зеленовская А. В.* Формирование языковой личности в сети Инстаграм // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. – 2021. – № 4. – Режим доступа: <https://scipress.ru/philology/articles/formirovanie-yazykovoj-lichnosti-v-seti-instagram.html>. – (Дата обращения: 20.12.2022).
4. Информационный взрыв. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B2%D0%B7%D1%80%D1%8B%D0%B2. – (Дата обращения: 26.12.2022).
5. *Лутвинова О. В.* Виртуальная языковая личность: к определению понятия // МНКО. – 2015. – № 1. – (50). – С. 288–292.

6. Матусевич А. А. Общение в социальных сетях: прагматический, коммуникативный, лингвостилистический характеристики: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Киров, 2016. – 190 с.
7. На что способен ChatGPT: от кода до стихов и диалогов. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/63a192819a79478fae5762ad>. – (Дата обращения: 15.12.2022).
8. Хейзинга Й. Человек играющий. – Санкт-Петербург: Азбука, 2019 г. – 400 с.
9. Что такое цифровой след? – Режим доступа: <https://www.kaspersky.ru/resource-center/definitions/what-is-a-digital-footprint>. – (Дата обращения: 19.12.2022).
10. Чуранов Е. Статистика интернета и соцсетей на 2022 год – цифры и тренды в мире и в России. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2022-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>. – (Дата обращения: 26.12.2022).
11. Шестакова И. Г. Качественный скачок скорости развития: переход в новую реальность // Гуманитарная информатика. – 2017. – № 12. – С. 14–22.
12. Das Jugendwort des Jahres 2022 – Smash or Pass? – Режим доступа: https://www.hdm-stuttgart.de/view_news?ident=news20221027141328#:~:text=Das%20Jugendwort%20des%20Jahres%202022%20wurde%20gek%C3%BCrt%20und%20lautet%20E2%80%9Esmash.zerbrechen%22%20oder%20E2%80%9Ezerschmettern%22. – (Дата обращения: 22.12.2022).
13. Gaming & digitale Inhalte. – Режим доступа: <https://www.evz.de/einkaufen-internet/gaming.html>. – (Дата обращения: 17.12.2022).

References

1. Germasheva T. M. *Virtual'naja jazykovaja lichnost' v prostranstve blog-diskursa* [The virtual language personality in blog-discourse space]. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2: Filologija i iskusstvovedenie*, 2014, no. 2, pp. 36–40.
2. *Dannye* [Data]. Available from: <https://http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%94%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5> (accessed 26 December 2022).
3. Zelenovskaja A. V. *Formirovanie jazykovoj lichnosti v seti Instagram* [Formation of a linguistic personality on the Instagram network]. *Filologicheskij aspekt: mezhdunarodnyj nauchno-prakticheskij zhurnal*, 2021, no. 4. Available from: <https://scipress.ru/philology/articles/formirovanie-yazykovoj-lichnosti-v-seti-instagram.html> (accessed 20 December 2022).
4. *Informacionnyj vzryv* [Information explosion]. Available from: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B2%D0%B7%D1%80%D1%8B%D0%B2 (accessed 26 December 2022).
5. Lutovinova O. V. *Virtual'naja jazykovaja lichnost': k opredeleniju ponjatija* [Virtual linguistic personality: defining the notion]. *MNKO*, 2015, no.1, pp. 288–292.
6. Matusevich A. A. *Obshhenie v social'nyh setjah: pragmaticheskij, kommunikativnyj, lingvostilisticheskij harakterstiki: Dis. ... kand. filol. nauk* [Social media communication: pragmatic, communicative, linguistic aspects of characterisation. Thesis]. Kirov, 2016, 190 p.
7. *Na chto sposoben ChatGPT: ot koda do stihov i dialogov* [What ChatGPT can do: from code to verse and dialogues]. Available from: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/63a192819a79478fae5762ad> (accessed 15 December 2022).
8. Hjojzinga J. *Chelovek igrajuščij* [Homo ludens]. Saint-Petersburg, Azbuka, 2019. 400 p.
9. *Chto takoe cifrovoj sled?* [What is a digital footprint?]. Available from: <https://www.kaspersky.ru/resource-center/definitions/what-is-a-digital-footprint> (accessed 19 December 2022).

10. Churanov E. *Statistika interneta i socsetej na 2022 god - cifry i trendy v mire i v Rossii* [Internet and social media statistics for 2022 - figures and trends globally and in Russia]. Available from: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2022-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (accessed 26 December 2022).
11. Shestakova I. G. *Kachestvennyj skachok skorosti razvitija: perehod v novuju real'nost'* [A qualitative leap in the speed of development: the transition to a new reality]. *Gumanitarnaja informatika*, 2017, no.12, pp. 14–22.
12. *Das Jugendwort des Jahres 2022 – Smash or Pass?* Available from: https://www.hdm-stuttgart.de/view_news?ident=news20221027141328#:~:text=Das%20Jugendwort%20des%20Jahres%202022%20wurde%20gek%C3%BCrt%20und%20lautet%20%E2%80%9Esmash,zerbrochen%22%20oder%20%E2%80%9Ezerschmettern%22 (accessed 22 December 2022).
13. *Gaming & digitale Inhalte*. Available from: <https://www.evz.de/einkaufen-internet/gaming.html> (accessed 17 December 2022).

DESIGNING A VIRTUAL LINGUISTIC PERSONALITY IN THE SOCIAL NETWORK VKONTAKTE (IN THE GERMAN LANGUAGE)

Petrenko D. A., Chernyshova M. V., Lihachjov E. V.

The article is dealing with the problem of constructing a virtual linguistic personality. Digitalization of society is the reason for the rapid growth of virtual communication, which makes linguistic research of linguistic self-presentation of social network users essential. The article deals with the definition of the term "virtual identity", examines verbal and non-verbal instruments of virtual identity manifestation, highlights lexical and stylistic features of the user's speech. In the course of the research the methods of observation, description, generalisation and linguistic analysis were used. The material was 122 webpages of German speaking users of Vkontakte, altogether over 1000 texts and more than 7000 statements were analysed. The results obtained can be summarized as follows: communication in social network is aimed at creating and maintaining the user's image; characteristic features of virtual linguistic personality are polyidentity, dynamism, freedom of self-realization and multiple styles of communication; virtual linguistic personality is expressed through visual and language means, which is shown in nickname, status, main page information, permanent web address; the speech of a social network user is characterised by a large number of jargonisms, neologisms, occasionalisms, high imagery, precedent phenomena and internet memes, belonging to a conversational style and language play.

Keywords: virtual communication, virtual linguistic personality, polyidentity, means of linguistic expression, lingostylistic aspect.