



УДК 81.42

DOI 10.52575/2712-7451-2023-42-3-576-584

Самопрезентация как ведущий признак коммуникативной демонстративности

Тисленкова И.А.

Волгоградский государственный технический университет,
Россия, 400005, г. Волгоград, пр. им. В.И. Ленина, 28
tislenkova@bk.ru

Аннотация. Цель исследования состоит в выявлении и характеристике основных форм демонстративной самопрезентации, дискурсивных обстоятельств, обуславливающих их употребление и лингвистических средств её актуализации посредством психолингвистического анализа реплик коммуникантов. Результаты работы показывают, что самопрезентация – аттрактивное вербальное поведение образуется употреблением гиперболизированных форм этикетных клише, однородных глаголов первого лица настоящего времени со значением «сочувствовать» и «понимать», усилителей и фразеологизмов, риторических вопросов, содержащих эпитет-комплимент; самопрезентация-самовозвеличивание строится на использовании гиперболы, форм определительного местоимения «весь», клишированных фраз, акцентирующих и эмоциональных частиц, экспрессивного синтаксиса, образных фразеологизмов, прилагательных с положительной коннотацией; самопрезентация – самоуничижение актуализируется деформированными фразеологизмами с заменой положительного компонента на отрицательный, местоимением «я», прилагательными с отрицательной коннотацией и антитезой; самопрезентация – демонстрация силы или статуса реализуется с помощью глаголов со значением влияния, принуждения, речевых штампов, оценочно-эмоциональной лексики.

Ключевые слова: демонстративная тональность, самопрезентация, онтологический нарратив, коммуникативные демонстративы, речевые стратегии

Для цитирования: Тисленкова И.А. 2023. Самопрезентация как ведущий признак коммуникативной демонстративности. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 42(3): 576–584. DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-3-576-584

Self-presentation As the Constitutive Sign of Communicative Demonstrativeness

Irina A. Tislenkova

Volgograd State Technical University,
28 V.I. Lenin Av., Volgograd 400005, Russia
tislenkova@bk.ru

Abstract. The purpose of the study is to identify and characterize the main forms of demonstrative self-presentation, discursive circumstances that cause their use and linguistic means of its actualization through psycholinguistic analysis of communicants' replicas. The results of the work show that self-presentation in attractive verbal behavior is formed by the use of hyperbolized forms of etiquette cliches, homogeneous first person singular verbs of the present tense with the meaning of "sympathize" and "understand", amplifiers and phraseological units, rhetorical questions containing an epithet-compliment; self-praise is based on the use of hyperbole, the universal pronoun all, cliched phrases, accentuating and emotional particles, expressive syntax, figurative phraseological units, adjectives with positive connotation; self-deprecation is actualized by deformed phraseological units with the replacement of a positive component with a negative one, the pronoun I, adjectives with negative connotation and antithesis; demonstration of

self-contained strength or status is formed with the help of the verbs with the meaning of influence, coercion, as well as with speech stamps and evaluative-emotional vocabulary.

Keywords: demonstrative tonality, self-presentation, ontological narrative, communicative demonstratives, speech strategies

For citation: Tislenkova I.A. 2023. Self-presentation As the Constitutive Sign of Communicative Demonstrativeness. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 42(3): 576–584 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-3-576-584

Введение

XXI век считается столетием самопрезентации мирового масштаба. Люди современного общества живут в условиях постоянного психологического воздействия СМИ, навязывающих сознанию образы социальной успешности. Существует необходимость составлять резюме о своём опыте работы и уровне образования при устройстве на работу. Телеканалы транслируют населению ток шоу с участием звёзд эстрады, популярных политиков, художников, актёров, представляющих достоинства своей личности. Новой тенденцией в общении стала коммуникативная демонстративность, находящая свое выражение в вербальной саморепрезентации [Чередниченко, 2021].

Основываясь на классификации В.И. Карасика, мы идентифицируем демонстративность как структурно-образующую коммуникативную категорию спектрального типа – тональность, определяющую процесс речевого общения и выполняющую функцию самоманифестации и эмоционального воздействия на реципиента. Демонстративная тональность проявляется в личностно- и статусно-ориентированном общении, в котором аутопрезентация используется с целью формирования благоприятного образа себя [Карасик, 2017]. Самопрезентация, наряду с акцентированностью и преувеличением, выступает ядерным элементом и конститутивным признаком коммуникативной демонстративности.

Цель исследования состоит в выявлении и характеристике основных форм демонстративной самопрезентации, обстоятельств, которые обуславливают их употребление и лингвистических средств ее актуализации.

Объектом изучения являются фрагменты речи говорящих, содержащие самопрезентацию как выражение демонстративности коммуниканта. Материалом для анализа демонстративной тональности самопрезентации послужили высказывания приглашенных гостей теле- и видеointервью 2017–2021 годов, размещенных на канале Youtube, и реплики героев прозаических произведений общим объёмом 128 600 слов. Методы исследования включают психолингвистический анализ речи коммуникантов, семиотический и семантико-стилистический методы анализа текста.

Феномен самопрезентации в научных исследованиях

Термин «самопрезентация» понимается гуманитарными науками как манипулятивная деятельность человека в определенных ситуациях. Будучи поведенческим результатом взаимодействия человека с социальной общностью, самопрезентация представляет собой психологический феномен общий для любой социальной интеракции, постоянно обнаруживающий себя в поведении коммуникативной личности, независимо от градации осознанности ею своих действий [Корягина, 2020]. Самоподача, внутренне присущая составляющая социально-ролевого поведения человека, имеет прагматическую природу и способствует успешному решению повседневных задач [Al-Mamoory, 2023].

В 1959 году американский социолог Ирвинг Гоффман, представитель Чикагской школы социологии, первым проанализировал процесс социальной драматургии, предложил термин «самопрезентация» и сформулировал доктрину рассматриваемого нами феномена [Barmaki, 2021].

Коммуникативная стратегия самопрезентации характерна для всех видов общения и является трансляцией говорящим его личностных особенностей. Эффективная самопрезентация в процессе социального взаимодействия получила особую важность в условиях глобализации, международной интеграции и интенсификации межкультурной коммуникации.

Особенности самопрезентационного поведения обусловлены как психологическими факторами (включающими саморегулирование социального поведения, склонность управлять впечатлением о себе, экстраверсию, уверенность в себе, стремление к идеалу, умственные способности, степень агрессивности, эмоциональную устойчивость), так и социальными (социальный статус и профессия) и ситуационными факторами (степенью знакомства с адресатом, продолжительности общения, зависимости от адресата, публичности, следованию определенным социокультурным правилам общения).

Этническая, культурная и социальная идентичность предопределяют способ самоманифестации. Гендерная часть культуры общества предопределяет трансляцию женщинами и мужчинами в рассказе о себе нормативных представлений об одобряемых и неодобряемых обществом качествах представителей обоих полов, их внешности, одежде, аксессуарах, манере речи, достойных и недостойных поступках. Этнокультурные нормы и традиции общества обуславливают проявление этикетных и моральных норм в самопрезентации личности, воспитанной в той или иной культуре [Пчёлкина, 2022].

Социальный статус детерминирует активность, уровень уверенности в себе, потребность в социальном одобрении, разнообразие используемых стратегий в процессе самопрезентационного поведения коммуникантов [Савотина, 2022]. Профессиональная и возрастная принадлежность определяют предпочтение или избегание говорящим использования ассертивных тактик в вербальном самопредъявлении [Иванова, 2021].

Коммуникативная демонстративность самопрезентации основывается на следующих психологических потребностях говорящего: показать свою самобытность, подчеркнуть уникальность личностных качеств; быть популярным и уважаемым в обществе; обладать престижем, занимать доминирующее положение; вызывать интерес и зависть; слышать восхищение; повысить самооценку [Семенченко, 2022]. Она соотносится с акцентированным типом манипулятивной демонстративной тональности.

Различают несколько видов самопрезентации коммуникативной личности по пяти критериям: осознанность поступков (произвольная и непроизвольная), опосредованность (непосредственная и опосредованная), основной мотив (ассертивная и защитная), целенаправленность (проактивная и реактивная), способ (тактическая и стратегическая).

Стремление к материальному благополучию и продвижению по социальной лестнице ориентируют человека на ассертивную стратегию самовосхваления, доминирования и предпочтение ассертивной тактики самопрезентации.

Р.М. Аркин описывает такие разновидности самоподачи, как:

1. Присваивающая, связана с выбором ролей, которые соответствуют социальному положению и уровню образования, среды, в которой говорящий общается с равными себе;
2. Защитная, выражена в сознательном избегании неудач: коммуникант выбирает несоответствующую среду или с низкими требованиями, или с чрезмерно высокими (авантюристическая самопрезентация) [Михайлова, 2019].

О.А. Пикулева [2022] рассматривает 5 стратегий самопрезентации: аттрактивное поведение, самовозвеличивание, самооправдание, самоуничужение и демонстрация силы или статуса. Указанные виды являются проявлением феномена коммуникативной демонстративности, образуя манипулятивную положительную и отрицательную ее разновидности.

Рассмотрим языковые стратегии и единицы, реализующие выделенные виды самопрезентации.

Лексико-фразеологические средства выражения самопрезентации как проявления акцентированной демонстративной тональности

Когда самопрезентация может помочь говорящему достичь нужную цель, она выражается в демонстративной форме в онтологических (личные истории) нарративах [Казяба, 2019; Кудрявцева, 2021, с. 143; Селютина, 2023]. Осознанное стремление представить себя в определенном свете, произвести должное впечатление на партнера по коммуникации достигается речевыми стратегиями манипулятивной положительной демонстративной тональности: упоминанием собственных достижений (описанием достоинств, рассказом об успехах, сообщением о прошлых достижениях) и хвастовством (преувеличением достижений).

Самопрезентация *аттрактивное вербальное поведение* часто используется для проекции собственного благоприятного имиджа в речевых актах благодарности, одобрения, учтивости, поддержки, похвалы и акцентирования собственных достоинств.

В некоторых ситуациях нарративы фатического общения включают в себя экспрессивные речевые действия этикетной коммуникации, реализуемые через единицы явной положительной коммуникативной демонстративности, которые направлены не столько на поддержку и высокую оценку собеседника, сколько на формирование в его сознании убеждения о наличии у говорящего социально- одобряемых черт вежливости, душевности и заботливости [Ахмадеева, 2023].

Например:

(1) *Рудин посмотрел на Пигасова <...>*

– *Дарья Михайловна ошибается, – начал он неверным голосом, – я не на одних женщин нападаю: я до всего человеческого рода не большой охотник.*

– *Что же вам могло дать такое дурное мнение о нем? – спросил Рудин.*

Пигасов глянул ему прямо в глаза.

– *Вероятно, изучение собственного сердца, в котором я с каждым днем открываю все более и более дряни. Я сужу о других по себе. Может быть, это и несправедливо, и я гораздо хуже других; но что прикажете делать? привычка!*

– *Я вас понимаю и сочувствую вам, – возразил Рудин. – Какая благородная душа не испытала жажды самоуничтожения? Но не следует останавливаться на этом безвыходном положении.*

– *Покорно благодарю за выдачу моей душе аттестата в благородстве, – возразил Пигасов, – а положение мое – ничего, недурно, так что если даже есть из него выход, то Бог с ним! я его искать не стану [Тургенев, 2011].*

В диалоге (1) гость литературно-музыкального салона барыни Ласунской Руднев, который прикладывает много стараний для того, чтобы произвести на окружающих хорошее впечатление, высказывает сочувствие завсегдатаю Пигасову, страдающему от мизантропии. Используемые демонстративы эксплицитной нарративной тональности – однородные глаголы первого лица настоящего времени со значением «относиться с состраданием» и «достигать образ мысли» (*Я вас понимаю и сочувствую вам*) в сочетании с риторическим вопросом, содержащим положительный эпитет-комплимент (*благородная душа*) представляют говорящего чутким и благожелательным человеком.

Слова благодарности, использующиеся в повседневной речи как ответная реакция на поддержку, помощь и похвалу, также могут служить средством самоподачи, особенно когда употребляются в акцентированной или гиперболизированной формах. Они основываются на коммуникативных демонстративах – клишированных фразах: *большое спасибо, я вам так признателен, от всей души благодарю вас за... , спасибо большое, спасибоочки, спасибо огромное, спасибо, благодарю, благодарствую, крайне благодарен, признателен, очень (весьма) признателен, вы мне очень помогли, я вам обязан, я никогда не забуду [Запрудская, 2022].*

Например:

(2) *Прощайте, и еще раз спасибо, голубчик! – сказал Иван Алексеич. – Спасибо вам за ваше радушие, за ваши ласки, за вашу любовь... Никогда, во веки веков не забуду вашего гостеприимства* [Чехов, 1985].

Акцентированная демонстративная тональность в примере (2) актуализирует положительную оценку говорящим проявленной по отношению к нему заботы посредством частицы «спасибо», усилителя «во веки веков» и клишированной фразы «никогда не забуду» и показывает реципиенту наличие у собеседника такого личностного качества говорящего, как признательность.

Коммуникативная демонстративность самопрезентации-самовозвеличивания строится на языковых единицах, содержащих положительную информацию о себе (описывающих первенство, лидерство, способность преодолевать трудности, источник творческого вдохновения), упоминание своих текущих и прошлых достижений, хвастовство.

Например:

(3) *Вы не представляете, что это была у меня за роль! Вся Москва ходила смотреть* [Чехов, 1985; Линия жизни..., 2015].

В примере (3) актер показывает себя успешным, упоминая свою знаменитую роль графа Де Тревиля в комедии «Д'Артаньян и три мушкетера», употребляя гиперболу, выраженную определительным местоимением *вся*, и клишированную фразу и экспрессивный синтаксис.

(4) *Здравствуйте, меня зовут Роман Попов. Я актер агентства Actors by Novikov и, если вы смотрите это видео, значит вам нужен талантливый с более чем 20-летним опытом комедиант, богом поцелованный артист – и это все я* [Роман Попов..., 2022].

В монологе (4) демонстративная тональность речи выражена образным фразеологизмом (богом поцелованный), прилагательным с положительной коннотацией и местоимением *весь*, которые передают высокую самооценку и уверенность в своих способностях.

Демонстративная тональность самопрезентации-самоуничужения основывается на речевой стратегии подчёркивания отрицательной информации о себе (указания на свои отрицательные качества, рассказе о предосудительных поступках, упоминании собственных ошибок и неудач), эпатажа (рассказа о случаях нарушения закона) и актуализируется [Ливач, 2022].

Например:

(5) *Я – вишенка на куче отбросов. Никакого вкуса и совершенно вульгарное восприятие красоты. Я вижу красоту в мерзости* [Нутт..., 2021].

В речи панк дивы (5) манипулятивная коммуникативная демонстративность образована деформированным фразеологизмом «вишенка на торте», с заменой положительной лексической единицы на отрицательную, а также прилагательным с отрицательной коннотацией (вульгарный) и антитезы (красота-мерзость). Данные средства создают у реципиента представление о говорящей, как о человеке дерзком, резком, бунтующем против общественных правил и ограничений, нацеленном на следовании своему внутреннему голосу.

Коммуникативная демонстративность самопрезентации-демонстрации силы или статуса с целью повышения собственной значимости актуализируется в речевых тактиках и лексических способах выражения запугивания (угроза, шантаж), негативной оценки (критика, обвинение, упрек).

Типичными лексическими единицами манипулятивной отрицательной демонстративной тональности угрозы являются глаголы со значением влияния, принуждения и речевые штампы (Ты еще пожалеешь об этом!), оценочно-эмоциональная лексика при характеристике внешности, личностных качеств, интеллекта адресата [Szcześniak et al., 2021].

Например:

(6) Можешь на меня рассчитывать. Если что – сразу зови или угрожай моим именем. *Меня здесь все знают* [Осень, 2019].

(7) Рамона: Как ты можешь звонить сюда?! Он не мог к тебе вернуться, я уверена.

Сара: Ладно, Луис Альберто дома или нет?

Рамона: Я же сказала тебе – нет. И ничего ему передавать я не собираюсь. Я уверена, что он не может иметь с тобой ничего общего. И запомни: *поберегись*, если собираешься возобновить с ним отношения. *Берегись, Сара!* Если я узнаю об этом, *тебе не поздоровится*. Послушай, *я тебя из-под земли достану*. *Ты знаешь, кто я* [Родена, 1979–1980].

В примере (5) манипулятивная отрицательная демонстративная тональность отражает гнев, презрение и негодование старшей прислуги Рамоны тем, что бывшая гувернантка Сара пытается опорочить имя хозяина дома и заронить сомнение у его жены Розы в честности мужа своим телефонным звонком. Демонстративами выступают императивы (*Берегись, Сара!*) и множество фраз-клише (*тебе не поздоровится, я тебя из-под земли достану, ты знаешь, кто я*), к которым она прибегает для того, чтобы подчеркнуть свое сильное положение и превосходство над шантажисткой.

Выявленные типы речевой самопрезентации показывают, что для того, чтобы стать заметным среди равных, заинтересовать собой, подробностями своей жизни и деятельности, коммуниканты целенаправленно прибегают к явной манипулятивной коммуникативной демонстративности с акцентом на положительных или отрицательных сторонах собственной личности, создают свой выразительный образ.

Заключение

Таким образом, самопрезентация представляет собой конститутивный признак коммуникативной демонстративности и создается посредством лексико-семантических и стилистических средств, выбор которых задаётся дискурсивными обстоятельствами.

Вербальные средства самопрезентации, словесной реализации коммуникативной демонстративной модели речевого поведения, включают наборы лексико-семантических единиц, речевых формул, клише и стереотипных фраз для разных ситуаций самоподачи:

1. Самопрезентация-аттрактивное вербальное поведение образуется употреблением гиперболизированных форм этикетных клише, однородных глаголов первого лица настоящего времени со значением «сочувствовать» и «понимать», усилителей и фразеологизмов, риторических вопросов, содержащих эпитет-комплимент.

2. Самопрезентация-самовозвеличивание строится на использовании гиперболы, форм определительного местоимения *весь*, клишированных фраз, акцентирующих и эмоциональных частиц, экспрессивного синтаксиса, образных фразеологизмов, прилагательных с положительной коннотацией, передающих позитивную информацию о говорящем, подчеркивающих значимость имеющихся у него достижений.

3. Демонстративная тональность самопрезентации-самоуничижения отражает самобытность коммуниканта и актуализируется в речевой стратегии упоминания негативной информации о себе посредством деформированных фразеологизмов с заменой положительного компонента на отрицательный, частого использования местоимения *я*, прилагательных с отрицательной коннотацией и антитезы.

4. Коммуникативная демонстративность самопрезентации-демонстрации силы или статуса с целью акцентирования значимости своей личности реализуется в речевых тактиках и лексических способах выражения запугивания, негативной оценки с помощью глаголов со значением влияния, принуждения, речевых штампов, оценочно-эмоциональной лексики для характеристики личностных качеств адресата.



Список источников

- Линия жизни. Лев Дуров. 2015. Канал Культура, 27 августа 2015. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Ms_WM5yaGfU
- Нутт – самый яркий фрик России. 2021. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=mOh4m2b_20Q
- Осень Г. 2019. Выпускница академии. Флибуста. URL: <https://flibusta.su/book/4328-vyipusknitsa-akademii/>
- Родена И. 1979–1980. Богатые тоже плачут. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=RBN0_uSBBWA&list=PLx3MUemKdwJQSi9pPzPBEU4mYzxeRmHuS [Inés Alicia Rodena Collado. 1979. Los ricos también lloran.]
- Роман Попов – актерская визитка. 2022. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=LyIA_ucpmHg
- Тургенев И.С. 2011. Рудин. Под ред. А.С. Степановой. Москва, Азбука, 288 с.
- Чехов А.П. 1985. Верочка. Полное собрание сочинений и писем в 30-ти томах. Сочинения. Том 6. М., Наука, 736 с.

Список литературы

- Ахмадеева Е.В. 2023. Исследование взаимосвязи индивидуально-психологических особенностей и стратегий самопредъявления в межличностных отношениях. *Инновационная наука: Психология. Педагогика. Дефектология*, 6(1): 62–72. DOI: [10.23947/2658-7165-2023-6-1-62-72](https://doi.org/10.23947/2658-7165-2023-6-1-62-72)
- Запрудская О.В. 2022. Благодарность в политической коммуникации как средство манипуляции и суггестии. *Вестник Южно-уральского государственного университета. Серия: Лингвистика*, (19)2: 65–72. DOI: [10.14529/ling220209](https://doi.org/10.14529/ling220209)
- Иванова В.И. 2021. Профессиональная самопрезентация в жанре резюме: прагматические и языковые аспекты. *Теория языка и межкультурная коммуникация*, 3(42): 68–77.
- Казяба В.В. 2019. Вербальная самопрезентация немецкоязычных инфлюенсеров в Instagram. *Научный диалог*, 9: 88–102. DOI: [10.24224/2227-1295-2019-4-88-102](https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-4-88-102)
- Карасик В.И. 2017. Коммуникативная тональность: типы и способы выражения. *Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики*, 2(18): 75–89.
- Карасик В.И., Слышкин Г.Г. 2021. Тенденции развития современного дискурса. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, 1: 14–31. DOI: [10.29025/2079-6021-2021-1-14-31](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2021-1-14-31)
- Корягина Н.А. 2020. Самопрезентация и убеждающая коммуникация. Москва, Юрайт, 225 с.
- Кудрявцева З.Г. 2021. Виды нарративов в политическом дискурсе. *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*, 4(43): 142–146. DOI: [10.36622/AQMPJ.2021.60.37.021](https://doi.org/10.36622/AQMPJ.2021.60.37.021)
- Ливач Е.А. 2022. Аутоагрессия нарциссических пациентов в исследованиях О. Кернберга. В кн.: VI Фрейдовские чтения: категории различий в психоанализе и психологии. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции, 10 мая 2022 г., Санкт-Петербург. Под ред. М.М. Решетникова. Санкт-Петербург, Восточно-европейский институт психоанализа: 119–132.
- Михайлова С.А. 2019. Феномен самопрезентации: стратегии и тактики. В кн.: Сборник докладов XIV межвузовской конференции молодых ученых по результатам исследований в области педагогики, психологии, социокультурной антропологии. Материалы конференции (23 апреля 2019 г., Москва). Под ред. Т.Н. Сахаровой. Москва, Московский педагогический государственный университет: 79–82.
- Пикулева О.А. 2022. Психология самопрезентации личности. Москва, НИЦ ИНФРА-М, 320 с.
- Пчелкина Д.С. 2022. Формы этнической культуры коренных малочисленных народов севера. В кн.: Специфика этнических миграционных процессов на территории Центральной Сибири в XX–XXI веках: опыт и перспективы. Материалы Международной научной конференции (25–27 ноября 2017 г., Красноярск). Под ред. Н.П. Копцевой. Красноярск, Сибирский федеральный университет: 81–86.
- Савотина А.Д. 2022. Психология социальных сетей. Формирование виртуального социального статуса человека. В кн.: Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей LI Международной научно-практической конференции, 15 января 2022 г., Пенза. В 2 ч. Ч. 2. Под ред. Г.Ю. Гуляева. Пенза, Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.): 175–177.

- Селютин Е. 2023. Витальная миссия творчества в эго-нарративах современных авторов. *Quaestio Rossica*, 11(1): 156–169. DOI: [10.15826/qr.2023.1.781](https://doi.org/10.15826/qr.2023.1.781)
- Семенченко А.А. 2022. Управление впечатлением в обществе, самопрезентация. В кн.: Общение в эпоху конвергенции технологий. Сборник научных трудов международной научно-практической конференции, 9–11 декабря 2021 г., Москва. Т. 1. Под ред. Н.Л. Карповой, Е.А. Петровой, О.В. Зотовой. Москва, Психологический институт Российской академии образования: 373–375. DOI: [10.24412/cl-36917-2022-373-375](https://doi.org/10.24412/cl-36917-2022-373-375)
- Тисленкова И.А. 2021. Языковые средства актуализации высокого уровня профессионализма говорящего в нарративном интервью (на материале английского языка). *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 8(161): 146–152.
- Тисленкова И.А., Глебова Е.А., Бганцева И.В. 2019. Возрастные семантико-стилистические функции местоимения я-one в речи англичан престижных социальных групп. *Современные исследования социальных проблем*, 11(4): 292–303. DOI: [10.12731/2077-1770-2019-4-292-303](https://doi.org/10.12731/2077-1770-2019-4-292-303)
- Чередниченко И.Г. 2021. Век самопрезентации: свобода без ответственности. В кн.: Актуальные проблемы гуманитарных наук. Материалы Всероссийской научно-практической конференции (20 февраля 2021 г., Нижневартовск). Под ред. Д.А. Погоньшева. Нижневартовск, Нижневартовский государственный университет: 477–481. DOI: [10.5281/zenodo.4954986](https://doi.org/10.5281/zenodo.4954986)
- Al-Mamoory S.M.A. 2023. Positive Self-presentation and Negative Other Presentation as an Exemplification Self-presentational Strategy: A Critical Pragmatic Analysis. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 6(4s): 378–384.
- Barmaki R. 2021. Erving Goffman's View of "Deviance": "Self" and "Society" as the Sources of Deviancy and Conformity. *Deviant Behavior*, (42)2: 147–161. DOI: [10.1080/01639625.2019.1658845](https://doi.org/10.1080/01639625.2019.1658845)
- Szcześniak M., Mazur P., Rodzeń W., Szpunar K. 2021. Influence of Life Satisfaction on Self-Esteem Among Young Adults: The Mediating Role of Self-Presentation. *Psychology Research and Behavior Management*, 14: 1473–1482. DOI: [10.2147/PRBM.S322788](https://doi.org/10.2147/PRBM.S322788)

References

- Akhmadeeva E.V. 2023. The study of the relationship of individual psychological characteristics and self-expression strategies in interpersonal relationships. *Innovatsionnaya nauka: Psikhologiya. Pedagogika. Defektologiya*, 6 (1): 62–72. DOI: [10.23947/2658-7165-2023-6-1-62-72](https://doi.org/10.23947/2658-7165-2023-6-1-62-72)
- Zaprudskaya O.V. 2022. Gratitude in political communication as a means of manipulation and suggestion. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*, (19)2: 65–72
- Ivanova V.I. 2021. Professional'naya samoprezentatsiya v zhanre rezyume: pragmaticheskie i yazykovye aspekty [Professional self-presentation in the resume genre: pragmatic and linguistic aspects]. *Theory of Language and Intercultural Communication*, 3 (42): 68–77.
- Kazyaba V.V. 2019. Verbal self-representation of german-speaking influencers in Instagram. *Nauchnyi dialog*, 9: 88–102 (in Russian). DOI: [10.24224/2227-1295-2019-4-88-102](https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-4-88-102)
- Karasik V.I. 2017. Communicative tonality: types and means of expression. *Uchenye zapiski Natsional'nogo obshchestva prikladnoy lingvistiki*, 2 (18): 75–89.
- Karasik V.I., Slyshkin G.G. 2021. Modern discourse developmental trends. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 1: 14–31 (in Russian). DOI: [10.29025/2079-6021-2021-1-14-31](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2021-1-14-31)
- Koryagina N.A. 2020. Samoprezentatsiya i ubezhdayushchaya kommunikatsiya [Self-presentation and persuasive communication]. Moscow, Publ. Yurayt, 225 p.
- Kudryavtseva Z.G. 2021. The types of narrative in political discourse. *Actual issues of modern philology and journalism*, 4(43): 142–146 (in Russian). DOI: [10.36622/AQMPJ.2021.60.37.021](https://doi.org/10.36622/AQMPJ.2021.60.37.021)
- Livach E.A. 2022. Auto-aggression in narcissic patients in otto kernberg's studies. In: VI Freydovskie chteniya: kategorii razlichiy v psikhoanalize i psikhologii [VI Freudian readings: categories of differences in psychoanalysis and psychology]. Collection of scientific papers based on the materials of the international scientific and practical conference, May 10, 2022, St. Petersburg, Ed. M.M. Reshetnikov. St. Petersburg, Publ. Vostochno-evropeyskiy institut psikhoanaliza: 119–132.
- Mikhaylova C.A. 2019. Fenomen samoprezentatsii: strategii i taktiki [The phenomenon of self-presentation: strategies and tactics]. In: Sbornik dokladov XIV Mezhevuzovskoy konferentsii molodykh uchennykh po rezul'tatam issledovaniy v oblasti pedagogiki, psikhologii, sotsiokul'turnoy antropologii. [Collection of reports of the XIV Interuniversity Conference of Young Scientists on the results of research in the field of pedagogy, psychology, sociocultural anthropology]. Conference



- materials (April 23, 2019, Moscow). Ed. T.N. Sakharova. Moscow, Publ. Moskovskiy pedagogicheskii gosudarstvennyy universitet: 79–82.
- Pikuleva O.A. 2022. Psikhologiya samoprezentatsii lichnosti [Psychology of personality self-presentation]. Moscow, Publ. NITs INFRA-M, 320 p.
- Pchelkina D. S. 2022. Formy etnicheskoy kul'tury korennykh malochislennykh narodov severa [Forms of ethnic culture of indigenous peoples of the north]. In: Spetsifika etnicheskikh migratsionnykh protsessov na territorii Tsentral'noy Sibiri v XX-XXI vekakh: opyt i perspektivy [Specifics of ethnic migration processes in the territory of Central Siberia in the XX-XXI centuries: experience and prospects]. Proceedings of the International Scientific Conference (November 25–27, 2017, Krasnoyarsk). Ed. N.P. Koptseva. Krasnoyarsk, Publ. Sibirskiy federal'nyy universitet: 81–86.
- Savotina A.D. 2022. Psychology of social networks. Creating a virtual social standing. In: Fundamental'nye i prikladnye nauchnye issledovaniya: aktual'nye voprosy, dostizheniya i innovatsii [Fundamental and applied scientific research: current issues, achievements and innovations]. Collection of articles of the LII International Scientific and Practical Conference (January 15, 2022, Penza). In 2 parts. Part 2. Ed. G.Yu. Gulyaev. Penza, Publ. Nauka i Prosveshchenie (IP Gulyaev G.Yu.): 175–177.
- Selyutina E. 2023. The Vital Mission of Creative Work in Contemporary Authors' Ego- Narratives. *Quaestio Rossica*, 11(1): 156–169 (in Russian). DOI: [10.15826/qr.2023.1.781](https://doi.org/10.15826/qr.2023.1.781)
- Semenchenko A.A. 2022. Impression management in society, self-presentation. In: Obshchenie v epokhu konvergentsii tekhnologiy [Communication in the era of technology convergence]. Collection of scientific papers of the international scientific and practical conference (December 9–11, 2021, Moscow). T. 1. Ed. N.L. Karpova, E.A. Petrova, O.V. Zotova. Moscow, Publ. Psikhologicheskii institut Rossiyskoy akademii obrazovaniya: 373–375. DOI: [10.24412/cl-36917-2022-373-375](https://doi.org/10.24412/cl-36917-2022-373-375)
- Tislenkova I.A. 2021. Language means of the actualization of the high level of the speaker's professionalism in the narrative interview (based on the English language). *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 8(161): 146–152.
- Tislenkova I.A., Glebova E.A., Bgantseva I.V. 2019. Age-related semantic and stylistic functions of pronoun i-one in the speech of upper-class englishmen. *Modern Studies of Social Issues*, 11(4): 292–303 (in Russian). DOI: [10.12731/2077-1770-2019-4-292-303](https://doi.org/10.12731/2077-1770-2019-4-292-303)
- Cherednichenko I.G. 2021. Vek samoprezentatsii: svoboda bez otvetstvennosti [The age of self-presentation: freedom without responsibility]. In: Aktual'nye problemy gumanitarnykh nauk. [Current problems of the humanities]. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, February 20, 2021, Nizhnevartovsk. Ed. D.A. Pogonyshev. Nizhnevartovsk, Publ. Nizhnevartovskiy gosudarstvennyy universitet: 477–481. DOI: [10.5281/zenodo.4954986](https://doi.org/10.5281/zenodo.4954986)
- Al-Mamoory S.M.A. 2023. Positive Self-presentation and Negative Other Presentation as an Exemplification Self-presentational Strategy: A Critical Pragmatic Analysis. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 6(4s): 378–384.
- Barmaki R. 2021. Erving Goffman's View of "Deviance": "Self" and "Society" as the Sources of Deviancy and Conformity. *Deviant Behavior*, 42(2): 147–161. DOI: [10.1080/01639625.2019.1658845](https://doi.org/10.1080/01639625.2019.1658845)
- Szcześniak M., Mazur P., Rodzeń W., Szpunar K. 2021. Influence of Life Satisfaction on Self-Esteem Among Young Adults: The Mediating Role of Self-Presentation. *Psychology Research and Behavior Management*, 14: 1473–1482. DOI: [10.2147/PRBM.S322788](https://doi.org/10.2147/PRBM.S322788)

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 18.06.2023

Поступила после рецензирования 06.09.2023

Принята к публикации 10.09.2023

Received June 18, 2023

Revised September 06, 2023

Accepted September 10, 2023

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Тисленкова Ирина Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Иностранные языки», Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Irina A. Tislenkova, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia.