

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА**

КАБІРІ МАГДА ХУССЕЙН



УДК 811.111.'42

**САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЯ
АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

**АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук**

Харків – 2018

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі перекладознавства імені Миколи Лукаша Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник: доктор філологічних наук, доцент
ФРОЛОВА Ірина Євгенівна,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна,
професор кафедри перекладознавства
імені Миколи Лукаша

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
УЩИНА Валентина Антонівна,
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки,
професор кафедри англійської філології

кандидат філологічних наук, доцент
ЧХЕТІАНІ Тамара Дмитрівна,
Київський національний
лінгвістичний університет,
доцент кафедри англійської філології
і філософії мови
імені професора О.М. Мороховського

Захист відбудеться 30 листопада 2018 р. о 12.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.051.27 Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна за адресою: 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4, ауд. 7-75.

З дисертацією можна ознайомитись у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна за адресою: 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.

Автореферат розіслано 29 жовтня 2018 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



І. І. Морозова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Реферована дисертація присвячена дослідженню стратегічних характеристик висловлень, функцією яких є презентація мовця – суб'єкта англomовного дискурсу.

Увага до самопрезентації в гуманітарній науці сягає корінням античних часів і не зменшується на сьгоднішньому етапі розвитку наукової думки (І. Гоффман, Л. Г. Почебут, О. А. Пікульова, К. О. Абульханова-Славська, О. Ф. Лосєв та ін.). Набутки цих досліджень засвідчують, що самопрезентація є виявом розумової активності суб'єкта, суть якої в осмисленні власного «Я». Самопрезентація, здійснювана в комунікативному процесі, обумовлена соціальною потребою індивіда до самоактуалізації (А. Маслоу), скерована на формування власного іміджу та керування враженням про себе інших індивідів (О. В. Атьман). Націленість самопрезентації на вирішення комунікативних завдань дає підстави трактувати її як стратегічну сутність та описувати потенціал стратегій самопрезентації у термінах керування враженням із залученням різних типів влади (Е. Джонс).

У мовознавчих розвідках самопрезентація визначена як складова презентаційної діяльності індивіда (А. В. Олянич); як прагматичні прояви Я-концепції мовця в дискурсі (І. С. Шевченко), як конструювання ідентичності, що перебуває на межі між стабільністю самості суб'єкта та динамічністю різних «Я», що конструюються у різних дискурсивних ситуаціях (В. А. Ущина).

Самопрезентація також трактується мовознавцями як стратегія, наявна в різних дискурсах та спрямована на досягнення властивих цим розумово-комунікативним феноменам цілей (Л. П. Науменко, М. С. Дорофєєва, А. В. Булкіна, Т. ван Дейк, Є. В. Богатирьова та ін.). Досвід цих розвідок доводить доречність вузького тлумачення вербальної самопрезентації як висловлення-самопрезентеми, що реалізує відповідну стратегічну мету, а також вказує на стратегічну специфіку самопрезентації.

Актуальність теми дисертації визначена застосованим у ній комплексним когнітивно-комунікативним підходом до аналізу самопрезентації як стратегії англomовного дискурсу. У світлі цього підходу самопрезентація дістає аргументованого визначення як дискурсна сутність та як дискурсивна стратегія. Робота сприяє розв'язанню важливого наукового завдання – з'ясування стратегічних цілей та способів і засобів вербалізації Я-концепції в англomовному дискурсі з метою формування в адресата бажаного для суб'єкта-самопрезентанта враження про себе.

В основу роботи покладено **гіпотезу**, згідно з якою самопрезентація є локальною стратегією, котра реалізується за допомогою певного набору

мовленнєвих стратегій і тактик та бере участь в імплементації низки глобальних стратегій англомовного дискурсу.

Зв'язок роботи з науковими темами. Дисертація відповідає профілю досліджень, що проводяться на факультеті іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна в рамках тем: «Когнітивно-дискурсивні дослідження мови та перекладу» (номер державної реєстрації 0114U004320), «Еколінгвістичний підхід до аналізу іноземних мов та процесу їх навчання в українських вишах» (номер державної реєстрації 0118U002092).

Об'єктом дослідження є висловлення, продуковані мовцем – суб'єктом англомовного дискурсу – з метою самопрезентації.

Предметом аналізу виступають стратегічні характеристики висловлень-самопрезентем.

Метою роботи є визначення самопрезентації як когнітивно-комунікативної сутності та встановлення її стратегічного потенціалу в англомовному дискурсі.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

- систематизувати досвід аналізу самопрезентації в гуманітарній науці включаючи мовознавство; проаналізувати теоретичні положення дискурсології; схарактеризувати самопрезентацію як когнітивно-комунікативну сутність; змоделювати комунікативну ситуацію самопрезентації;
- обґрунтувати статус самопрезентації як локальної дискурсивної стратегії;
- встановити перелік мовленнєвих стратегій і тактик самопрезентації та засобів їхньої реалізації в англомовному дискурсі;
- схарактеризувати висловлення-самопрезентеми, співвіднесені з різними тактиками / мовленнєвими стратегіями;
- виявити глобальні дискурсивні стратегії, в імплементації яких задіяна самопрезентація;
- з'ясувати наявність та характер кореляцій між складовими структури стратегії самопрезентації.

Джерельну базу дослідження сформували англомовні художні літературні твори (загальним обсягом 1581 сторінка), скрипти кінофільмів та телесеріалів загальним обсягом 667 стандартних сторінок (час перегляду – близько 34 годин).

Матеріалом дослідження слугували 1373 висловлення-самопрезентеми, дібрані з цих джерел.

Методологічною базою дослідження є настанови когнітивно-комунікативного аналізу мови, а саме: принципи антропоцентризму, (не)функціоналізму, експансіонізму та експанаторності (О. С. Кубрякова).

Конкретні **методи** дослідження охоплюють такі:

- *методи аналізу, синтезу та інтроспекції* використано для формування теоретичних основ дослідження та формулювання його гіпотези;
- *метод вибіркового добору та суцільної вибірки* застосовано для формування джерельної та прикладової бази дослідження;
- *метод когнітивного моделювання* – для побудови моделей комунікативної ситуації самопрезентації, гіпотетичної та реальної моделей самопрезентації як стратегії англomовного дискурсу, розробки сценаріїв самопрезентації;
- *метод контекстуального аналізу* було використано на всіх етапах дослідження самопрезентем;
- *методи інференційного та трансформаційного аналізу* виявилися потрібним для перетворення імпліцитних висловлень-самопрезентем в експліцитні;
- *методи синтаксично-семантичного, прагмалінгвістичного, мовленнєвоактового, концептуального та інтенційного аналізу* було використано під час вивчення сутнісних характеристик висловлень-самопрезентем в межах кожної тактики мовленнєвих стратегій самопрезентації;
- *метод дискурсивно-стратегічного аналізу* було застосовано для виявлення здатності самопрезентем до реалізації різних глобальних цілей в англomовному дискурсі.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що в ньому вперше самопрезентацію визначено як дискурсивну сутність та як локальну стратегію англomовного дискурсу, потенціал якої виявлено в роботі. Зокрема, **вперше**:

- змодельовано комунікативну ситуацію самопрезентації та схарактеризовано висловлення-самопрезентем;
- визначено статус САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ як локальної стратегії англomовного дискурсу;
- розроблено принципи моделювання та аналізу локальної дискурсивної стратегії САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ;
- виявлено мовленнєві стратегії та тактики САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ;
- систематизовано мовно-мовленнєві, когнітивні й комунікативні характеристики висловлень-самопрезентем, використаних у реалізації тактичних / стратегічних завдань, на основі вперше запропонованої моделі аналізу;
- встановлено перелік глобальних дискурсивних стратегій, що залучають САМОПРЕЗЕНТАЦІЮ для досягнення локальних цілей;
- з'ясовано взаємозв'язки між елементами моделі локальної стратегії САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ.

У роботі також **уточнено** суть деяких глобальних дискурсивних стратегій, що залучають САМОПРЕЗЕНТАЦІЮ.

Наукову новизну отриманих результатів узагальнюють такі **положення, що виносяться на захист**:

1. Самопрезентація становить вербально виражену суб'єктом ідентифікацію себе самого, здійснювану на ґрунті осмислення загальноконтекстних і ситуаційних чинників, виникнення стимулу-збудника та опори на Я-концепцію. Метою самопрезентації є створення в адресата(-ів) бажаного для суб'єкта-самопрезентанта враження про нього. Актуалізаторами самопрезентації в комунікативній ситуації виступають висловлення-самопрезентеми, побудовані на основі пропозиційних схем ідентифікаційного фрейму і на формальному рівні збіжні з простим реченням. Ситуація самопрезентації є складовою інституційних та неінституційних англомовних дискурсів.

2. САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ є локальною стратегією, оскільки її цілі є позамовленневими, але не глобальними. Ця локальна стратегія імплементується визначеним набором мовленневих стратегій і тактик; її специфічною характеристикою є здатність до зв'язку із декількома глобальними стратегіями англомовного дискурсу.

3. САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ в англомовному діалогічному дискурсі реалізується за допомогою метамовленнєвої стратегії (тактика контактовстановлення), інформативної мовленнєвої стратегії (тактики повідомлення, нагадування, твердження) та оцінної мовленнєвої стратегії (тактики схвалення, несхвалення).

4. Висловлення-самопрезентеми, що входять до різних тактичних груп, відрізняються за мовним оформленням, змістовим наповненням, способом подання змісту, когнітивними та комунікативними характеристиками.

4.1. Ці висловлення є стереотипними / нестереотипними, без / із маркерами модальності різних типів; вони повідомляють про персональні дані, соціальні / особистісні / ситуаційні характеристики мовця або надають оцінку цим характеристикам, мають однакові / схожі / відмінні характеристики в аспекті подання змісту (експліцитні / імпліцитні, закорінені на імпліцитурах / імплікатурах).

4.2. У когнітивному аспекті висловлення-самопрезентеми є переважно концептуально автономними (одна пропозиційна схема), оказіонально – концептуально гібридними (більше однієї пропозиційної схеми); у комунікативному аспекті вони в абсолютній більшості є комунікативно автономними (одна іллокуція), комунікативно гібридні (більше однієї іллокуції) зафіксовані лише серед самопрезентем-повідомлень; відсутність / наявність зв'язку між висловленням-самопрезентемою та комунікативною ситуацією вживання визначає їхній розподіл на лабільні, відносно лабільні, відносно нелабільні.

5. Самопрезентація в англомовному дискурсі використовується задля реалізації глобальних стратегій **КООПЕРАТИВНОГО НАБЛИЖЕННЯ**,

КООПЕРАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ, КОНФРОНТАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ, ПЕРЕКОНУВАННЯ, зокрема таких різновидів як РАЦІОНАЛЬНА АРГУМЕНТАЦІЯ, ЕМОЦІЙНА АРГУМЕНТАЦІЯ, СУГЕСТІЯ, а також МАНПУЛЯЦІЯ. Висловлення-самопрезентами кожної тактичної групи задіяні в імплементації більш ніж однієї з цих стратегій.

Теоретичне значення дослідження зумовлене його внеском у дискурсологію (надання характеристики самопрезентації як дискурсної сутності та дискурсивної стратегії; розробка моделі та принципів аналізу локальної стратегії дискурсу; з'ясування стратегічного потенціалу САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ як локальної стратегії англomовного дискурсу; уточнення типів глобальних дискурсивних стратегій); когнітивну лінгвістику (моделювання ситуації самопрезентації у дискурсі; виявлення концептуальних основ висловлень-самопрезентем; обґрунтування статусу концептуально автономних та концептуально гібридних самопрезентем); комунікативну лінгвістику (встановлення зв'язків між висловленнями-самопрезентемами, що реалізують певну тактичну / стратегічну мету та ситуаціями їхнього функціонування); прагмалінгвістику / теорію мовленнєвих актів (виявлення комунікативно автономних та комунікативно гібридних самопрезентем; з'ясування типів мовленнєвих актів / прагмасемантичних типів висловлень, задіяних у реалізації мовленнєвих цілей самопрезентації).

Практична цінність отриманих результатів та висновків полягає у можливості їхнього використання в курсі теоретичної граматики англійської мови (розділи «Синтаксис», «Прагматика речення»), загального мовознавства (розділи «Мова і мислення», «Мова і суспільство»), у спецкурсах з дискурсології, комунікативної лінгвістики, прагмалінгвістики, комунікативних стратегій, теорії комунікації; у практиці навчання англійської мови та перекладу, а також у наукових розвідках студентів та аспірантів.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дисертації обговорювалися на засіданнях кафедри теорії та практики перекладу англійської мови (сучасна назва – кафедра перекладознавства імені Миколи Лукаша) Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (2014–2018 рр.) та на наукових конференціях: XII, XIV, XVI, XVII наукових конференціях з міжнародною участю “Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація” (Харків 2013, 2015, 2017, 2018); VI Міжнародному науковому форумі «Сучасна англїстика: до 85-річчя кафедри англійської філології» (Харків 2015); Сьомому міжнародному форумі «Сучасна іноземна філологія: дослідницький потенціал» (Харків 2016); X науково-практичній конференції «Наукова спадщина В. В. Акуленка та сучасне мовознавство» (Київ, 2017); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки

дотику та перспективи розвитку» (Переяслав-Хмельницький 2018); IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Синергетика у філологічних дослідженнях» (Запоріжжя 2018); Науковій та професійній конференції “Philology and Linguistics in the Digital Age” (Будапешт 2018).

Публікації. Основні положення дисертаційного дослідження висвітлено в 13 одноосібних публікаціях автора: 6 статтях (5 опубліковано у фахових вітчизняних виданнях, 1 – у закордонному виданні) та 7 тезах доповідей на наукових конференціях. Загальний обсяг публікацій складає 4,5 друк. арк.

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками, загальних висновків, додатків (7 рисунків, 3 таблиці), списку наукової літератури (363 джерела), списку довідкових і лексикографічних джерел (28 позицій), списку джерел ілюстративного матеріалу (46 позицій). Загальний обсяг роботи становить 10,9 друк. арк., обсяг основного тексту – 8,4 друк. арк.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано вибір теми та її актуальність, визначено мету, завдання, об’єкт, предмет, матеріал, методи дослідження, його наукову новизну, теоретичне та практичне значення, надано дані про апробацію результатів і структуру дисертації.

У **першому розділі** роботи «**Теоретичні основи аналізу самопрезентації як стратегії англомовного дискурсу**» систематизовано досвід вивчення самопрезентації у гуманітарних науках, виявлено дискурсну природу самопрезентації, змодельовано ситуацію самопрезентації, схарактеризовано висловлення-самопрезентему, визначено параметри дискурсу як середовища її типової реалізації, обґрунтовано статус самопрезентації як локальної дискурсивної стратегії та побудовано її гіпотетичну модель.

Розуміння дискурсу як багатоаспектної когнітивно-комунікативно-мовної системи-гешталту (І. С. Шевченко) формує підґрунтя розуміння самопрезентації як дискурсної сутності, яка поєднує в собі когнітивні чинники (Я-концепція), соціально-комунікативні фактори (спрямованість на досягнення соціально значущої мети в комунікативному процесі – творення образу «себе» (В. А. Ущина) та об’єктивується в мінімальній дискурсивній одиниці – контекстуалізованому висловленні (Д. Шифрін).

У перебігу розумово-комунікативної взаємодії самопрезентація постає як комунікативна ситуація – типовий образ, зразок спілкування, втілений у мовні форми.

У процесному вимірі сутнісними характеристиками комунікативної ситуації самопрезентації є: (1) виникнення у свідомості індивіда стимулзбудника, що спонукає його до самоактуалізації на тлі сприйняття ним усього

комплексу контекстних чинників, релевантних у конкретний момент спілкування; (2) опертя на Я-концепцію як ментальну основу самопрезентації; (3) вербальна об'єктивація певного складника Я-концепції; (4) спрямованість вербальної самопрезентації на керування враженням співрозмовника.

У дискретному вимірі комунікативна стратегія самопрезентації постає як конфігурація таких ідентифікувальних ознак ситуаційних компонентів: *адресант-самопрезентант діє тут зараз з мотиву* – потреби самоактуалізації на об'єкт – Я-концепція заради *бенефіціанта* – суб'єкта-самопрезентанта в напрямку *адресата з метою* керування враженням адресата за допомогою *інструмента* – висловлення-самопрезентеми.

Вербальним втіленням самопрезентації – висловленням-самопрезентемою – є мовно-мовленнєва одиниця, побудована на основі однієї з пропозиційних схем ідентифікаційного фрейму (С. А. Жаботинська) й на формальному рівні збіжна з простим реченням, що складається з підмета (займенника першої особи, переважно однини), складеного іменного присудка, з варіативною іменною частиною за можливої наявності інших факультативних елементів.

Параметри англомовного (американського та британського) дискурсу, адекватні аналізу самопрезентації є такими:

- діалогічна форма, що дозволяє виявити мотив та результат самопрезентації шляхом аналізу попередніх і наступних контекстуалізованих висловлень;

- неінституційний та нежорстко інституційний характер, що припускає множинність цілей мовця і варіативність використовуваних ним мовних форм.

Самопрезентація є дискурсивною стратегією, оскільки вона поєднує в собі намір мовця, сформований на ґрунті його знань, уявлень, бажань і потреб, та вербальну об'єктивацію цього наміру, здійснювану задля досягнення цілей позамовленнєвої діяльності (І. Є. Фролова) за сценарієм:

Я тут зараз кажу тобі, що Я є X;

Я роблю це, щоб ти думав про мене, що Я є X.

У структурі дискурсивної стратегії (Т. А. ван Дейк) самопрезентація не має статусу глобальної, дискурсотвірної стратегії, в основі якої лежить лінгвокультурний концепт; водночас її не можна трактувати як мовленнєву стратегію, оскільки цілі самопрезентації, цілком очевидно, виходять за межі мовленнєвих. Скерованість самопрезентації на позамовленнєву мету та її здатність до участі в імплементації різних глобальних цілей, засвідчена даними лінгвістичних розвідок, дозволяє трактувати самопрезентацію як локальну стратегію англомовного дискурсу та вважати, що її специфічною особливістю є співвіднесеність з декількома глобальними стратегіями.

У другому розділі «**Методологічні принципи аналізу самопрезентації як стратегії англомовного дискурсу**» визначено загальні методологічні принципи дослідження; описано його матеріал та дослідницьку модель

аналізу САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ як локальної стратегії англомовного дискурсу; подано процедури, інструментальні положення та методи науково-практичного аналізу.

Методологію когнітивно-комунікативного аналізу покладено в основу розробленої у дослідженні моделі, що охоплює загалом п'ять етапів. На першому етапі на основі вивчення теоретичного матеріалу сформовано гіпотезу дослідження; на другому – дібрано джерела та одиниці для науково-практичного аналізу. Третій етап присвячено дослідженню мовленнєвих стратегій і тактик САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ а також опису сутнісних характеристик висловлень-самопрезентем, які реалізують різні тактичні цілі. На четвертому етапі з'ясовано потенціал глобальних стратегій англомовного дискурсу, з якими кореспондує локальна стратегія САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ, досліджено кореляції між мовленнєвими стратегіями / тактиками та глобальними цілями, що вони реалізують. На п'ятому етапі підбито підсумки дослідження, викладено його основні результати, що верифікують дослідницьку гіпотезу, вказано на можливості продовження розвідки.

Джерелами фактичного матеріалу дослідження слугували автентичні англомовні сучасні твори художньої літератури та кіномистецтва, зокрема було використано персонажне мовлення діалогічної форми інституційного та неінституційного типу. Добір одиниць аналізу здійснювався із їхньою попередньою інтерпретацією як висловлень-самопрезентем.

Процедури аналізу висловлень-самопрезентем охоплювали такі:

- аналіз та систематизацію їхніх мовленневоактових характеристик та виявлення на цій основі мовленнєвих стратегій САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ, моделювання сценарію кожної з цих стратегій;
- виявлення прагмасемантичних властивостей висловлень-самопрезентем, співвіднесених із конкретною мовленнєвою стратегією САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ, та виокремлення у такий спосіб тактик цієї стратегії;
- з'ясування сутнісних характеристик висловлень-самопрезентем, що реалізують конкретну тактичну / стратегічну мету, зокрема, (1) мовно-мовленнєвих характеристик: особливостей мовного оформлення та змісту самопрезентем, експліцитного й імпліцитного способу подання змісту; (2) когнітивних характеристик: пропозиційних схем, що лежать у їхньому підґрунті та визначають самопрезентеми як концептуально автономні (одна схема) або концептуально гібридні (більше однієї схеми); (3) комунікативних характеристик: моно-/поліллокутивності самопрезентем, що кваліфікує їх як комунікативно автономні або комунікативно гібридні, відсутності / наявності зв'язку самопрезентем із певною комунікативною ситуацією, що зумовлює їхній можливий розподіл на лабільні, відносно лабільні, відносно нелабільні, нелабільні.

Третій розділ дисертації «Мовленнєві стратегії самопрезентації в англомовному дискурсі» присвячено вивченню мовленнєвих стратегій

і тактик САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ та сутнісних характеристик самопрезентем, що виконують різні тактичні / стратегічні завдання.

Локальна стратегія САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ реалізується в англомовному дискурсі за посередництвом таких мовленнєвих стратегій: *метамовленнєвої* стратегії, представленої тактикою *контактовстановлення*; *інформативної* стратегії, поданої тактиками *повідомлення*, *нагадування*, *твердження*, та *оцінної* стратегії, що охоплює тактики *схвалення* і *несхвалення*.

Метамовленнєва стратегія САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ґрунтується на сценарії:

*«я тут зараз кажу тобі, що я є хтось для того,
щоб ти знав, що я хочу почати розмову».*

Ця стратегія, зокрема, її тактика *контактовстановлення* реалізована мовленнєвими актами (МА)-фатичними метакомунікативами (Т. Д. Чхетіані) інхоативного прагмасемантичного типу (Ю. В. Матюхіна) – висловленнями-мовленнєвими стереотипами / клішованими мовними виразами з обмеженими можливостями варіювання, які містять персональні дані суб'єкта-самопрезентанта та / або повідомляють про його соціальні чи особистісні характеристики, наприклад:

(1) *My name is Danny Williams* (Hawaii 5.0, The Good Fight).

(2) *I'm your Mum's old friend* (Bucker, Welcome Home).

(3) *Agent Sophie Neveu with the French Judicial Police* (Brown, The Da Vinci Code).

(4) *Amy Mitchell* (Bad Moms).

Самопрезентеми-контактовстановлення є *експліцитними* (приклади (1), (2)) та *імпліцитними* (приклади (3), (4)), останні утворені шляхом використання імпліцитур (Л. Р. Безугла). Ці самопрезентеми побудовані на основі схеми персоніфікації (приклади (1), (4)) або класифікації (приклад (2)) ідентифікаційного фрейму (*концептуально автономні*), або на ґрунті інтеграції цих схем (*концептуально гібридні*) (приклад (3)). Усі самопрезентеми-контактовстановлення є *комунікативно автономними*; вони реалізуються в двох комунікативних ситуаціях – «Знайомство» та «Телефонна розмова», отже вони є *відносно лабільними*.

Інформативна стратегія САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ґрунтується на сценарії:

*«я тут зараз повідомляю тобі / нагадую тобі,
що я є хтось і думаю про себе так,*

я кажу це, щоб ти знав / пам'ятав про мене щось і думав про мене так».

Ця мовленнєва стратегія реалізується переважно тактикою *повідомлення* (67,4 %), частково – тактикою *нагадування* (31,6 %), оказіонально – тактикою *твердження* (1,4 %). Тактики *повідомлення* та *нагадування* кореспондують із МА-репрезентативами прагмасемантичного типу *повідомлення*, вони залучають висловлення-самопрезентеми, що надають фактуальну інформацію про суб'єкта-самопрезентанта, та відрізняються тим, що повідомлювана

інформація є новою / не новою для адресата. Тактика *твердження* представлена МА-репрезентативами відповідного прагмасемантичного типу, задіяні в її реалізації висловлення-самопрезентеми поєднують надання інформації про певні характеристики суб'єкта-самопрезентанта із висловленням цим суб'єктом ставлення до повідомлюваного за допомогою маркерів модальності різних типів (окрім аксіологічної).

Тактика *повідомлення* представлена самопрезентемами, що містять інформацію про соціальні, особистісні, ситуаційні характеристики суб'єкта-самопрезентанта, наприклад:

(5) *We're litigators* (How to Get Away With Murder, Don't Tell Annalise).

(6) *I'm just a guy with access to a helicopter* (Grey's Anatomy, Bring the Pain).

(I'm the guy in charge of transporting patients)

(7) *I am a missionary from Madrid* (Brown, The Da Vinci Code, p. 87).

(8) *Voice in the phone: I am a neurologist who has worked in football for years* (Concussion).

Самопрезентеми-повідомлення є **експліцитними** (приклади (5), (7), (8)) або **імпліцитними** (приклад (6)), утвореними за рахунок актуалізації імплікатур на основі порушення максим релевантності та способу вираження (Г. П. Грайс). **Концептуально автономні** самопрезентеми-повідомлення ґрунтуються на пропозиційній схемі класифікації (приклади (5) та (8)); або okazіонально – схемі характеризації (приклад (6)). **Концептуально гібридні** самопрезентеми повідомлення (приклад (7)) утворені в результаті поєднання схеми класифікації ідентифікаційного фрейму та локативної схеми предметного фрейму. Самопрезентеми-повідомлення є **комунікативно автономними** (приклади (5), (6), (7)) або **комунікативно гібридними** (приклад (8)) – такими, що інтегрують функції репрезентативу й фатичного метакомунікативу. **Комунікативно автономні** самопрезентеми-повідомлення є **лабільними**, вони не мають жодної ситуаційної прив'язки; тоді як **комунікативно гібридні** самопрезентеми **відносно лабільні**: вони функціонують у ситуаціях «Знайомство» та «Телефонна розмова».

Тактика *нагадування* охоплює самопрезентеми, що за змістовими характеристиками ідентичні самопрезентемам-повідомленням, наприклад:

(9) *I'm the pathologist on duty! I'm in charge of this!* (Concussion).

(10) *You know, generally it's not a good idea to call your boss an idiot* (Lie to Me, Moral Waiver). (I am your boss)

(11) *I'm not the girl in the bar anymore, and you're not the guy* (Grey Anatomy, A Hard Day's Night).

Самопрезентеми-нагадування є **експліцитними** (приклади (9), (11)), або **імпліцитними** (приклад (10)), в останніх актуалізуються імплікатури на ґрунті порушення максим релевантності та способу вираження. Самопрезентеми

цієї тактичної групи є **концептуально автономними**, побудованими за схемою класифікації (приклад (10)) або – okazіонально – за схемою характеристизації (приклад (9)). Ці самопрезентеми також охоплюють **концептуально гібридні**, утворені на основі інтеграції схеми характеристизації ідентифікаційного фрейму та темпоральної схеми предметного фрейму (приклад (11)). Усі самопрезентеми-нагадування є **комунікативно автономними** та **відносно лабільними**, оскільки функціонують у широкому спектрі ситуацій спілкування між знайомими особами.

Тактика *твердження* подана висловленнями-самопрезентемами, які містять маркери волітвної чи алетичної модальності, а за змістовими характеристиками подібні до самопрезентем-повідомлень і нагадувань, наприклад:

(12) *I'm not going to be that woman. The one who breaks up a marriage* (Grey's Anatomy, Bring the Pain).

(13) *Cristina, when we're on duty, I can't be your boyfriend* (Grey's Anatomy, Into You Like a Train). (I'm not your boyfriend now)

Самопрезентеми-твердження є **експліцитними** (приклад (12)) або **імпліцитними** (приклад (13)), останні утворені шляхом актуалізації імплікатур, закорінених на порушенні максими способу вираження. Ці самопрезентеми охоплюють **концептуально автономні**, побудовані на основі схеми характеристизації ідентифікаційного фрейму (приклад (12)) та **концептуально гібридні**, утворені як результат інтеграції схеми класифікації ідентифікаційного фрейму з темпоральною схемою предметного фрейму (приклад (13)). Усі самопрезентеми-твердження є **комунікативно автономними**; вони не мають чіткої ситуаційної прив'язки та функціонують у спілкуванні між знайомими людьми, тобто є **відносно лабільними**.

Оцінна стратегія САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ґрунтується на сценарії:

«я тут зараз кажу тобі, що я такий (хороший / поганий), щоб ти думав, що я такий відчував щось».

Ця мовленнєва стратегія реалізується переважно тактикою *схвалення* (82,5 %) за незначної питомої ваги тактики *несхвалення* (17,5 %). Обидві тактики кореспондують із відповідними прагмасемантичними підтипами (О. М. Мороховський) МА-експресиву-евалюативу (Л. Р. Безугла); вони подані висловленнями, що містять маркери позитивної / негативної оцінки – мовні одиниці з частковооцінним значенням, мовні одиниці із загальнооцінним значенням у сполученні з оцінно нейтральними лексичними одиницями, оцінно нейтральні мовні засоби, що вказують на відповідність / невідповідність нормі (інтелектуальній, морально-етичній, соціальній, телеологічній, утилітарній, естетичній) суб'єкта-самопрезентанта.

Тактика *схвалення* реалізується самопрезентемами, змістом яких є позитивна оцінка мовця, наприклад:

(14) *I am the smartest* (Bones, The Mastodon in the Room).

(15) *I am the best surgeon with the lowest mortality rate* (Grey's Anatomy, The First Cut Is the Deepest).

(16) *I'm a man of principle* (House MD, Lines in the Sand).

(17) *'Cause if I found out somebody taking pictures of Grace like this, I'd go to their house and I'd kill them* (Hawaii 5.0, Clean). (I'm a good father)

Самопрезентеми-схвалення є **експліцитними** (приклади (14), (15), (16)) або **імпліцитними** (приклад (17)), в останніх актуалізовано імплікатури, закорінені на порушенні максими релевантності. Ці самопрезентеми є **концептуально автономними**, побудованими на основі схеми класифікації ідентифікаційного фрейму, та **комунікативно автономними**. Вживання самопрезентем-схвалень у широкому спектрі ситуацій спілкування між знайомими особами визначає їх як **відносно лабільні**.

Тактика *несхвалення* подана самопрезентемами, що містять негативну оцінку мовця, наприклад:

(18) *I'm a slow learner, you know?* (Bad Moms).

(19) *I was young and I was just a stupid cow ...* (Bucker, Welcome Home).

(20) *– You a man of your word or not?*

– No, as a matter of fact, I'm not (House MD, Informed Consent).

(21) *I'm not big on self-affirmation* (Lie to Me, Pilot). (I'm not a specialist in self-affirmation)

Самопрезентеми несхвалення є **експліцитними** (приклади (18), (19)) та **імпліцитними**, утвореними на ґрунті використання імпліцитур (приклад (20)) або актуалізації імплікатур (приклад (21)) у результаті порушення максими релевантності. Ці самопрезентеми є **концептуально автономними**, побудованими на основі пропозиційної схеми класифікації (приклади (18), (20), (21)), оказіонально – **концептуально гібридними**, які є поєднанням схеми класифікації ідентифікаційного фрейму та схеми подібності компаративного фрейму. Усі самопрезентеми-несхвалення є **комунікативно автономними**; вживання самопрезентем-несхвалень у ситуаціях спілкування між знайомими людьми характеризує їх як **відносно лабільні**.

У четвертому розділі «Локальна стратегія самопрезентації у реалізації глобальних стратегій англomовного дискурсу» з'ясовано зв'язки САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ з глобальними стратегіями англomовного дискурсу, визначено особливості імплементації САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ для досягнення різних глобальних цілей та проаналізовано зв'язки між елементами структури САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ як локальної стратегії.

Серед глобальних стратегій англomовного дискурсу САМОПРЕЗЕНТАЦІЮ як локальну стратегію залучають стратегії КООПЕРАТИВНОГО НАБЛИЖЕННЯ, КООПЕРАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ,

КОНФРОНТАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ, ПЕРЕКОНУВАННЯ та МАНІПУЛЯЦІЇ.

У межах глобальної стратегії КООПЕРАТИВНОГО НАБЛИЖЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ використовується для скорочення комунікативної дистанції шляхом встановлення контакту зі співрозмовником, повідомлення інформації про себе, коригування помилкової ідентифікації тощо, наприклад:

(22) *Hi, I'm Richard Castle* (Castle, Flowers for Your Grave).

(23) *I'm not his assistant. I'm a sober companion* (Elementary, The Rat Race).

САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ як локальна стратегія КООПЕРАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ має на меті збільшення комунікативної дистанції, що не несе загрози «обличчю» адресата (І. Гоффман, П. Браун), через те, що самопрезентеми вживаються задля коригування помилкової ідентифікації або дотримання стандартів взаємодії з урахуванням соціальної позиції комуніканта, наприклад:

(24) *Um, I'm a doctor, but I'm not Katie's doctor, so I'll go get him for you* (Grey's Anatomy, A Hard Day's Night).

(25) – *This morning, it was Derek. Now it's Dr. Shepherd* (Grey's Anatomy, A Hard Day's Night). (As a guy you met in the bar yesterday evening, I was Dereck, but at work I am Dr. Shepherd for you)

Реалізуючись у межах глобальної стратегії КОНФРОНТАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ, САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ спрямована не лише на збільшення комунікативної дистанції, але й на нанесення шкоди «обличчю» адресата, зокрема, суб'єкт-самопрезентант акцентує свою вищу позицію, або відмовляється вступати в контакт із іншим, демонструє вороже ставлення до нього, наприклад:

(26) *I run this school, and no one takes a class or kicks a ball or plays a fuckin' clarinet without my say-so* (Bad Moms). (I'm the boss)

(27) *We're not friends. If there were enemies on this earth, they're me and you* (Patterson, Step on a Crack). (We're enemies)

Глобальна стратегія ПЕРЕКОНУВАННЯ охоплює такі різновиди як РАЦІОНАЛЬНА АРГУМЕНТАЦІЯ, ЕМОЦІЙНА АРГУМЕНТАЦІЯ, СУГЕСТІЯ. САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ реалізується переважно з метою РАЦІОНАЛЬНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ (91 %), тоді як у ЕМОЦІЙНІЙ АРГУМЕНТАЦІЇ (8,1 %) та СУГЕСТІЇ (0,9 %) вона задіяна меншою мірою.

У межах глобальної стратегії РАЦІОНАЛЬНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ використовується задля доведення даних про характеристики мовця, наприклад:

(28) *Because I'm a jeweler* (Extremely Loud and Incredibly Close).

(I'll never know if I might have liked to be a scientist, because I'm a jeweler)

(29) *And just so we're absolutely clear, I am definitely not your mother, because if you ever betray me, I will leave you* (Desperate Housewives, Your Fault).

(30) *Not a big letter writer* (House MD, Paternity).

(I'm not a big letter writer that's why I couldn't be the one who wrote this letter)

У глобальній стратегії ЕМОЦІЙНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ задіяна для донесення до свідомості адресата даних про суб'єкта-самопрезентанта шляхом впливу на емоційну сферу адресата, наприклад:

(31) *We're sons of bitches* (Patterson, Step on a Crack).

(We won't cooperate with FBI because we're sons of bitches)

У межах глобальної стратегії СУГЕСТІЇ використання САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ спрямоване на навіювання адресатові інформації про суб'єкта-самопрезентанта, наприклад:

(32) *The last thing I am is a disappointment. I get straight A's. I run the student council. I basically am the school paper. I tutor kids with reading problems. I'm every parent's dream come true, including yours* (Grey's Anatomy, Invest in Love).

У межах глобальної стратегії МАНІПУЛЯЦІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЮ використано з метою викривленого подання інформації або дезінформації, наприклад:

(33) – *You don't introduce yourself?*

– *Sorry, I thought you were waiting two hours. Didn't know you wanted to chat. Hi, I'm Greg* (House MD, Fools for Love).

(Хаус використовує самопрезентему, подану етикетним мовленнєвим стереотипом, що не відповідає формальному характеру спілкування, щоб маніпулятивно подати себе не як порушника соціальних норм, а як ефективного працівника).

(34) *<...> and I am a retired florist* (Little Fockers).

(Мовець, використовуючи самопрезентему-повідомлення, надає адресатові неправдиву інформацію про себе, намагаючись ввести співрозмовника в оману).

У реалізації глобальних стратегій КООПЕРАТИВНОГО НАБЛИЖЕННЯ та КООПЕРАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ використано самопрезентеми-контактовстановлення та повідомлення, стратегія КОНФРОНТАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ залучає самопрезентеми-повідомлення та нагадування, стратегія РАЦІОНАЛЬНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ спирається на самопрезентеми-повідомлення, нагадування, твердження, схвалення та несхвалення, стратегія ЕМОЦІЙНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ – самопрезентеми-схвалення та несхвалення, стратегія СУГЕСТІЇ – самопрезентеми-схвалення, імплементація глобальної стратегії МАНІПУЛЯЦІЇ здійснюється за допомогою самопрезентем-контактовстановлень, повідомлень, нагадувань.

ВИСНОВКИ

Самопрезентація є дискурсною сутністю – єдністю когнітивного (Я-концепція), соціально-комунікативного (потреба в самоактуалізації, бажання керувати враженням про себе) та вербального (висловлення-самопрезентема) складників. Висловлення-самопрезентеми утворені на основі пропозиційних схем ідентифікаційного фрейму.

Комунікативна ситуація самопрезентації постає як процес розумово-мовленнєвої діяльності суб'єкта, закоріненої на суб'єктивному сприйнятті наявності певного стимулу-збудника та на Я-концепції мовця, втіленої у висловленні-самопрезентемі й покликаній створити в адресата бажане для мовця враження. Як конфігурація ситуаційних чинників, що мають певні ідентифікувальні ознаки, ця комунікативна ситуація характеризується тим, що самопрезентант є адресантом та водночас бенефіціантом, його мотивом є потреба в самоактуалізації, об'єктом виступає Я-концепція, дія здійснюється в напряму адресата з метою керування його враженням за допомогою інструмента – висловлення-самопрезентеми.

У системі дискурсивних стратегій САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ має статус локальної стратегії, в основі її реалізації лежить стереотипний сценарій.

В англomовному діалогічному інституційному/неінституційному дискурсі локальна стратегія САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ реалізується за допомогою метамовленнєвої, інформативної та оцінної мовленнєвих стратегій в основі кожної з цих стратегій лежить конкретизований варіант стереотипного сценарію.

Метамовленнєва стратегія представлена тактикою контактовстановлення; інформативна мовленнєва стратегія охоплює тактики повідомлення, нагадування, твердження; оцінна мовленнєва стратегія – тактики схвалення та несхвалення. Мовленнєві стратегії САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ кореспондують з МА (фатичним метакомунікативом, репрезентативом, експресивом-евалюативом), тактики – з їхніми прагмасемантичними підтипами (інхоативом, повідомленням, твердженням, схваленням, несхваленням).

Висловлення-самопрезентеми, що реалізують тактики мовленнєвих стратегій САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ, варіюються за мовно-мовленнєвими, когнітивними, комунікативними характеристиками.

За своїм мовним оформленням самопрезентеми-контактовстановлення є етикетними мовленнєвими стереотипами, самопрезентеми-повідомлення та нагадування – висловленнями без маркерів модальності, самопрезентеми-твердження – висловленнями з маркерами волітвнної/алетичної, а самопрезентеми-схвалення та несхвалення – аксіологічної модальності.

Змістом самопрезентем-контактовстановлень є персональні дані та факультативно соціальні характеристики мовця; самопрезентеми-

повідомлення, нагадування, твердження містять інформацію про соціальні, особистісні, ситуаційні характеристики, самопрезентеми-схвалення та несхвалення – оцінні характеристики. Спосіб подання змісту є експліцитним або імпліцитним, причому самопрезентеми-контактовстановлення, повідомлення, несхвалення залучають імпліцити (неповні пропозиції); усі самопрезентеми, окрім контактовстановлень, також залучають імплікати (непрямі пропозиції), що ґрунтуються на порушенні максим релевантності та способу вираження.

За когнітивними характеристиками висловлення-самопрезентеми охоплюють концептуально автономні, а саме: самопрезентеми-контактовстановлення мають у своїй основі схему персоніфікації, решта самопрезентем – переважно схему класифікації, okazіонально – схему характеризації ідентифікаційного фрейму. Okazіонально зустрічаються концептуально гібридні, причому в межах самопрезентем-контактовстановлень такі є результатом інтеграції пропозиційних схем того самого (ідентифікаційного) фрейму (схема персоніфікації та схема класифікації), тоді як інші поєднують пропозиційні схеми різних фреймів (класифікації / характеризації ідентифікаційного фрейму та темпоральну / локативну схему предметного фрейму або схему подібності компаративного фрейму).

За комунікативними характеристиками висловлення-самопрезентеми переважно комунікативно автономні, вони реалізують одну іллокутивну функцію. Комунікативно гібридні наявні лише серед самопрезентем-повідомлень і є результатом інтеграції іллокуцій репрезентативу та фатичного метакомунікативу. Самопрезентеми різних тактичних груп є відносно нелабільними (функціонують у ситуаціях «Знайомство» та «Телефонна розмова»), відносно лабільними (реалізуються у широкому колі ситуації спілкування між знайомими особами), лабільними (такими, що не мають жодної ситуаційної прив'язки).

Локальна стратегія САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ задіяна в реалізації низки глобальних стратегій англomовного дискурсу, а саме: стратегій КООПЕРАТИВНОГО НАБЛИЖЕННЯ, КООПЕРАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ, КОНФРОНТАТИВНОГО ВІДДАЛЕННЯ; стратегії ПЕРЕКОНУВАННЯ, переважно такого її різновиду як РАЦІОНАЛЬНА АРГУМЕНТАЦІЯ, меншою мірою – інших різновидів, зокрема, ЕМОЦІЙНОЇ АРГУМЕНТАЦІЇ та СУГЕСТІЇ; стратегії МАНІПУЛЯЦІЇ. Висловлення-самопрезентеми, що реалізують певну тактичну / стратегічну мовленнєву мету, здатні слугувати для імплементації декількох різних глобальних цілей.

Перспективи дослідження вбачаємо у порівняльних студіях стратегії САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ в інституційних / неінституційних дискурсах, англomовних та україномовних дискурсах, а також у вивченні інших локальних стратегій за розробленою у роботі схемою.

Основні результати дослідження відображено у публікаціях автора:

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Кабірі М. Х. Загальна характеристика та типологія самопрезентем // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2013. № 1051. Вип. 73. С. 123–127.
2. Кабірі М. Х. Самопредставлення як метамовленнєвий різновид стратегій самопрезентації в англомовному дискурсі // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2015. Вип. 81. С. 93–100.
3. Кабірі М. Х. Інформування як мовленнєва стратегія самопрезентації в англомовному дискурсі // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2018. Т. 1. Вип. 1. С. 47–54.
4. Кабірі М. Х. Самопрезентація як засіб реалізації синергійних глобальних стратегій наближення та віддалення в англомовному дискурсі. // Нова філологія: збірник наук. праць. Запоріжжя, 2018. № 74. С. 66–71.
5. Кабірі М. Х. Висловлення як одиниця аналізу стратегії самопрезентації в англомовному дискурсі // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2018. Вип. 87. С. 100–106.
6. Кабірі М. Х. Комунікативна ситуація самопрезентації: процесний та дискретний аспекти // Science and Education: a New Dimension. Philology. 2018. VI(47). Issue 160. P. 20–24.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Кабірі М. Х. Самопрезентація як стратегія професійного дискурсу // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: тези доповідей XII наукової конференції з міжнародною участю (м. Харків, 1 лютого 2013 р.). Харків, 2013. С. 129–130.
8. Кабірі М. Х. Самопрезентація як об'єкт гуманітарної науки // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: тези доповідей XIV наукової конференції з міжнародною участю (м. Харків, 27 березня 2015 р.). Харків, 2015. С. 71–72.
9. Кабірі М. Х. Типологія самопрезентем в англомовному діалогічному дискурсі // Сучасна англістика: до 85-річчя кафедри англійської філології. Шостий міжнародний науковий форум: тези доповідей (м. Харків, 23 вересня 2015 р.). Харків, 2015. С. 35–37.
10. Кабірі М. Х. Самопрезентація в системі стратегій англомовного дискурсу: алгоритм аналізу // Сучасна іноземна філологія: Дослідницький потенціал : Сьомий міжнародний науковий форум: тези доповідей (м. Харків, 23 листопада 2016 р.) Харків, 2016. Ч. I (А–Л). С. 70–72.

11. Кабірі М. Х. Характеристики самопрезентем-повідомлень в англомовному дискурсі // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : тези доповідей XVI наукової конференції з міжнародною участю (м. Харків, 3 лютого 2017 р.). Харків, 2017. С. 39–41.

12. Кабірі М. Х. Аргументація як глобальна мета самопрезентації в англомовному дискурсі у термінах теорії міжкультурної комунікації // Міжкультурна комунікація і перекладознавство: точки дотику та перспективи розвитку: збірник тез I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Переяслав-Хмельницький, 15 березня 2018 р.). Переяслав-Хмельницький, 2018. С. 15–17.

13. Кабірі М. Х. Оцінна мовленнєва стратегія самопрезентації. // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: тези доповідей XVII наукової конференції з міжнародною участю (м. Харків, 2 лютого 2018 р.). Харків, 2018. С. 58–59.

АНОТАЦІЯ

Кабірі М. Х. Самопрезентація як стратегія англомовного дискурсу. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України, Харків, 2018.

Дисертацію присвячено аналізу САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ як локальної стратегії англомовного діалогічного дискурсу. Ментальною основою САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ є Я-концепція, метою – керування враженням адресата, її матеріальним втіленням є висловлення-самопрезентеми. Стратегія САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ реалізується за допомогою метамовленнєвої стратегії (тактика контактостановлення), інформативної мовленнєвої стратегії (тактика повідомлення, нагадування, твердження), оцінної мовленнєвої стратегії (тактики схвалення / несхвалення). Висловлення-самопрезентеми, що виконують різні тактичні / стратегічні цілі, варіюються за мовно-мовленнєвими, когнітивними та комунікативними характеристиками. САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ бере участь в імплементації декількох глобальних стратегій англомовного дискурсу, кожна з яких залучає використання висловлень-самопрезентем тих самих / різних тактичних груп.

Ключові слова: англомовний дискурс, висловлення-самопрезентема, мовленнєві / локальні / глобальні стратегії, тактика, самопрезентація, мовно-мовленнєві / когнітивні / комунікативні характеристики.

АННОТАЦИЯ

Кабири М. Х. Самопрезентация как стратегия англоязычного дискурса. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки. – Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина Министерства образования и науки Украины, Харьков, 2018.

Диссертация посвящена анализу САМОПРЕЗЕНТАЦИИ как локальной стратегии англоязычного диалогического дискурса. Ментальной основой САМОПРЕЗЕНТАЦИИ является Я-концепция, целью – управление впечатлением адресата, её материальным воплощением выступает высказывание-самопрезентема. Стратегия САМОПРЕЗЕНТАЦИИ реализуется при помощи метаречевой стратегии (тактика контактоустановления), информативной речевой стратегии (тактики сообщения, напоминания, утверждения), оценочной речевой стратегии (тактики одобрения, неодобрения). Высказывания-самопрезентемы, реализующие разные тактические / стратегические цели, варьируются по языковым и речевым, когнитивным и коммуникативным характеристикам. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ участвует в имплементации нескольких глобальных стратегий англоязычного дискурса, каждая из которых соотносена с использованием высказываний-самопрезентем тех же / разных тактических групп.

Ключевые слова: англоязычный дискурс, высказывание-самопрезентема, речевые / локальные / глобальные стратегии, тактика, самопрезентация, языковые и речевые / когнитивные / коммуникативные характеристики.

ABSTRACT

Kabiri M. H. Self-Presentation as a Strategy of the English-Language Discourse. – Manuscript.

Dissertation for a Candidate Degree in Philology: Speciality 10.02.04 – Germanic languages. – V. N. Karazin Kharkiv National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2018.

This dissertation is a study of verbal self-presentation treated as a local strategy of English discourse.

Self-presentation is the speaker's verbal identification, that takes into account the general context and situational factors, the causative stimulus and the I-conception. The aim of self-presentation is to produce a favourable impression on the addressee. Self-presentation is realized in the communication situation with the help of utterances-self-presentemes, underpinned with a propositional scheme of the identification frame. Formally, these utterances coincide with simple sentences. The situation of self-presentation is characteristic of both institutional and non-institutional discourses.

SELF-PRESENTATION is a local strategy that serves to realize extralinguistic aims in English discourse, but not global ones. This local strategy is implemented by a particular set of speech strategies / tactics, its specific feature being its interconnection with several global strategies.

In English discourse, SELF-PRESENTATION is realized with the help of the metaspoken strategy (the tactic of establishing contact), informative speech strategy (tactics of announcing, reminding, asserting), evaluative speech strategy (tactics of approving, disapproving).

Utterances – self-presentemes that belong to different tactic groups differ in their formal, semantic, cognitive and communicative characteristics. These utterances are stereotypical / non-stereotypical, with / without markers of different types of modality. They provide personal information about the speaker, their social / individual / situational characteristics or evaluation of these characteristics. They are explicit or implicit (involving implicatures or implicatures). In the cognitive aspect, they come mainly in conceptually autonomous variety (contact establishing self-presentemes underpinned with the personification scheme, others – mostly with the classification scheme), while conceptually hybrid self-presentemes are occasional. In the communicative aspect self-presentemes are for the most part communicatively autonomous, communicatively hybrid ones being occasional, they are found only among the self-presentemes-announcings; self-presentemes of different tactic groups include relatively non-labile, relatively labile and labile ones.

In English discourse, SELF-PRESENTATION implements such global strategies: COOPERATIVE APPROACHING, COOPERATIVE DISTANCING, CONFRONTATIVE DISTANCING, PERSUASION (mainly such variety as RATIONAL ARGUMENTATION, less often – EMOTIONAL ARGUMENTATION and SUGGESTION), MANIPULATION. The utterances – self-presentemes that belong to one tactic group take part in the realizations of more than one global strategy.

The results obtained support our hypothesis, according to which SELF-PRESENTATION is a local strategy of English discourse that is realized by a particular set of speech strategies / tactics and is employed in implementing several global strategies.

The dissertation opens prospects for further comparative studies of the SELF-PRESENTATION strategy in institutional / non-institutional discourses, in various English / Ukrainian discourses as well the study of other local strategies according to the innovative research model suggested in the study.

Key words: English discourse, utterance-self-presenteme, speech / local / global strategies, tactics, self-presentation, linguistic / cognitive / communicative features.

Підписано до друку 26.10.2018.
Формат 60 x 90/16. Друк ризографічний.
Гарнітура Times New Roman.
Зам. 1608/2018. Ум. вид. арк. 0,9.
Тираж 100 прим. Ціна договірна.

Надруковано ФОП Сверделов М.О.
м. Харків, вул. Гв. Широнінців, 24, корп. А, кв. 33.
Свідоцтво про державну реєстрацію ВОО № 971661 від 13.12.2005.