

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Волгоградский государственный технический университет»

На правах рукописи



ТИСЛЕНКОВА Ирина Александровна

**ДЕМОНСТРАТИВНОСТЬ КАК КОММУНИКАТИВНАЯ
ТОНАЛЬНОСТЬ: ФУНКЦИИ, ЖАНРЫ, СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ**

**Специальность 5.9.8. Теоретическая, прикладная
и сравнительно-сопоставительная лингвистика**

**Диссертация
на соискание степени
доктора филологических наук**

**Научный консультант:
доктор филологических наук,
профессор В.И. Карасик**

Волгоград 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ПРИЗНАКИ ДЕМОНСТРАТИВНОСТИ КАК КОММУНИКАТИВНОЙ КАТЕГОРИИ	
1.1. Конститутивные признаки демонстративности как коммуникативной категории.....	17
1.1.1. Самопрезентация как признак демонстративности.....	28
1.1.2. Акцентированность как признак демонстративности.....	36
1.1.3. Преувеличение как признак демонстративности.....	47
1.2. Коммуникативная тональность как предмет лингвистического исследования.....	53
1.3. Типы коммуникативной демонстративности.....	76
1.3.1. Ситуативно-дискурсивная демонстративность.....	77
1.3.2. Акцентированная и неакцентированная демонстративность.....	98
1.3.3. Оценка демонстративности.....	100
Выводы к первой главе.....	103
ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ АКЦЕНТИРОВАННОЙ ДЕМОНСТРАТИВНОСТИ	
2.1. Лексико-фразеологические средства выражения акцентированной демонстративности.....	108
2.1.1. Акцентированная нарративная положительная демонстративная тональность.....	108
2.1.2. Акцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность.....	112
2.1.3. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность.....	116
2.1.4. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность.....	120
2.2. Полимодальные способы выражения демонстративности.....	127

2.2.1. Языковые способы выражения демонстративности.....	128
2.2.2. Неязыковые способы выражения демонстративности.....	129
2.2.3. Смешанный способ выражения демонстративности.....	134
2.3. Акцентированная демонстративность в разных типах дискурса.....	137
2.3.1. Акцентированная коммуникативная демонстративность в персональном дискурсе.....	137
2.3.2. Акцентированная коммуникативная демонстративность в научном дискурсе.....	147
2.3.3. Акцентированная коммуникативная демонстративность в административном дискурсе.....	154
2.3.4. Акцентированная коммуникативная демонстративность в спортивном дискурсе.....	158
2.3.5. Акцентированная коммуникативная демонстративность в медицинском дискурсе.....	163
2.3.6. Акцентированная коммуникативная демонстративность в юридическом дискурсе.....	168
2.3.7. Акцентированная коммуникативная демонстративность в политическом дискурсе.....	176
2.3.8. Акцентированная коммуникативная демонстративность в деловом дискурсе	179
2.3.9. Акцентированная коммуникативная демонстративность в педагогическом дискурсе.....	183
2.3.10. Акцентированная коммуникативная демонстративность в массово-информационном дискурсе.....	193
2.3.11. Акцентированная коммуникативная демонстративность в рекламном дискурсе.....	196
2.3.12. Акцентированная коммуникативная демонстративность в военном дискурсе.....	200
2.3.13. Акцентированная коммуникативная демонстративность в медийно-дипломатическом дискурсе.....	204

2.3.14. Акцентированная коммуникативная демонстративность в религиозном дискурсе.....	210
Выводы ко второй главе.....	215
ГЛАВА 3. КОММУНИКАТИВНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ НЕАКЦЕНТИРОВАННОЙ ДЕМОНСТРАТИВНОСТИ	220
3.1. Лексико-фразеологические средства выражения неакцентированной демонстративности.....	220
3.2. Стилистические способы выражения неакцентированной демонстративности.....	244
3.3. Неязыковые способы выражения неакцентированной демонстративности.....	254
Выводы к третьей главе.....	278
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	284
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	303
Список лексикографических источников и принятых сокращений.....	353
Источники примеров.....	354

ВВЕДЕНИЕ

Представленная диссертация выполнена в рамках изучения дискурса и прагмалингвистики. **Объектом** изучения в работе является демонстративная тональность как коммуникативный феномен. В качестве **предмета** исследования выступают ее жанровые характеристики и коммуникативные средства выражения.

Актуальность темы диссертационного исследования определяется следующими положениями: 1) коммуникативные исследования – активно развивающееся направление современной лингвистики; 2) демонстративность является одним из важнейших коммуникативно-прагматических измерений дискурса, вместе с тем её сущность, типы и способы выражения еще недостаточно освещены в научной литературе; 3) изучение демонстративной тональности будет способствовать оптимизации коммуникации в разных типах дискурса.

В основу выполненной работы положена следующая **гипотеза**: демонстративная тональность представляет собой одну из функциональных характеристик общения, которая имеет категориальный статус, распадается на определенные типы, имеет жанровую специфику и выражается определенными языковыми и речевыми средствами.

Целью исследования является комплексная характеристика демонстративности как коммуникативной тональности. Реализация поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- 1) определить конститутивные признаки демонстративности как тональной характеристики дискурса;
- 2) установить аспекты коммуникативной демонстративности;
- 3) построить модель изучения коммуникативной демонстративности;
- 4) охарактеризовать основное речевое действие «демонстратив» как способ проявления демонстративной тональности;

- 5) определить характеристики речевого жанра «демонстратив»;
- 6) выявить специфику демонстративной тональности в разных типах дискурса;
- 7) охарактеризовать сущность акцентированного и неакцентированного выражения демонстративной тональности;
- 8) охарактеризовать дискурсивную специфику выражения демонстративной тональности;
- 9) описать вербальные и невербальные способы выражения демонстративной тональности.

В качестве **материала** исследования были взяты тексты, полученные методом сплошной выборки из публикаций средств массовой коммуникации (телевидения, газет, всемирной сети) за период 1984-2024 гг., произведений отечественной и зарубежной художественной литературы 1803-2022 гг. и кинематографии 1972-2016 гг. (российских, американских, мексиканских, британских, французских, испанских, польских, эстонских художественных фильмов), размещенных в сети Интернет, личной картотеки записей устной речи, лингвистических, философских, психологических, толковых и энциклопедических словарей.

Единицей исследования являлся текстовый фрагмент, содержащий демонстративную тональность, выраженную вербальными и/или невербальными средствами.

В работе использовались следующие **методы исследования**:

- 1) *общенаучный гипотетико-индуктивный метод*, 2) *теоретический анализ научной литературы* (предполагает оценку степени изученности проблемы в науке для создания основы дальнейшего исследования с учетом существующих теоретических разработок), 3) *понятийное моделирование* (предусматривает дефинирование научных понятий), 4) *сплошная выборка текста* (используется для детекции и отбора языковых единиц, содержащих коммуникативную демонстративность), 5) *интерпретация* (направлена на

толкование переносного значения коммуникативных демонстративов), 6) *дискурсивный анализ текста* (выявляет лингвистические средства актуализации демонстративной тональности), 7) *психолингвистический анализ речи* (предусматривает установление корреляции между скрытыми мотивами говорящего и демонстративными единицами их языкового выражения в речи), 8) *социолингвистический анализ речи* (состоит в обнаружении взаимосвязи между социальным статусом коммуниканта и используемым им типом демонстративной тональности), 9) *прагматический анализ* (определяет функциональные характеристики коммуникативной демонстративности в персональном и институциональном дискурсах), 10) *стилистический анализ* (используется для описания смыслового наполнения скрытой демонстративности, актуализируемой тропами), 11) *междисциплинарный подход* (используется для объяснения новых явлений), 12) *теоретический синтез, обобщение и изложение результатов исследования* (применяется для систематизации полученных данных).

Методологической основой исследования являются результаты, полученные в работах по теории дискурса и лингвистике текста (Н.Д. Арутюнова, И.Р. Гальперин, В.В. Дементьев, М.Р. Желтухина, С.В. Ионова, О.С. Иссерс, В.И. Карасик, А.В. Олянич, С.Н. Плотникова, В.М. Савицкий, Г.Г. Слышиkin, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин, Е.И. Шейгал), семиотике (Р. Барт, Э. Гуссерль, Н.Г. Комлев, Ю.М. Лотман, Ч. Пирс, А.Б. Соломоник, Б.А. Успенский, Н.А. Фатеева, Т.В. Черниговская), лингвоперсонологии (Г.И. Богин, В.В. Воробьев, Ю.Н. Караулов, В.В. Катермина, А.Э. Левицкий, Т.В. Кочеткова, Г. Мюррей, В.П. Нерознак, Л.Н. Чурилина); прагмалингвистике (К.Л. Бюлер, Л.Г. Васильев, А. Вежбицка, И.М. Кобозева, Л.А. Кочетова, Дж.Л. Остин, О.Г. Почепцов, Дж.Р. Серль, Ю.С. Степанов, Н.И. Формановская); лингвостилистике (И.В. Арнольд, М.М. Бахтин, В.В. Виноградов, Г.О. Винокур, В.Н. Карпухина, А.Ф. Лосев, В.П. Москвин, Е.Д. Поливанов, Д.Э. Розенталь, Г.Я. Солганик).

Личный вклад соискателя состоит в определении понятия «демонстративная коммуникативная тональность», определении её места в системе коммуникативных тональностей, установлении её универсальных и специфических характеристик, механизма её образования и функционирования, выявлении ее типов и способов выражения, построении иерархии коммуникативных тональностей.

Степень разработанности проблемы. Проявления коммуникативной демонстративности рассматриваются разными науками: социологией, психологией, психиатрией и лингвистикой.

В социологии изучается феномен демонстративного потребления – приобретения и использования индивидами дорогостоящих товаров, как индикаторов их принадлежности к определенной социальной группе [Чапля, 2024]. В психологии ученые исследуют демонстративность, связанную с особенностями поведения субъектов в период возрастных кризов [Мирсолихова, 2024]. Психиатрия фокусируется на демонстративности как на симптоме расстройства личности и иных психических заболеваний [Распопова, 2008].

Освещение отдельных аспектов коммуникативной демонстративности встречается в нескольких работах лингвистов. А.С. Сильницкая и А.Н. Гусев отмечают влияние демонстративности на такие вокальные характеристики речи, как скорость, пластичность и энергичность произносимого утверждения, помогающие говорящему достичь коммуникативной цели [Сильницкая, Гусев, 2015]. В.И. Карасик и Г.Г. Слышкин описывают демонстративность как доминантную характеристику современного общества, нацеленного не только на достижение успеха, но и на перманентную трансляцию наивысшей степени эффективности в институциональном и обиходном взаимодействии для самовыражения и получения популярности [Карасик, Слышкин, 2021]. Н.В. Шашкова указывает на то, что демонстративная самопрезентация индивида в сети

Интернет направлена как на доказательство личного благополучия, так и на получение материальной выгоды [Шашкова, 2023]. С. Петч-Тайсон фиксирует наличие демонстративности в эмфатических конструкциях, выраженных предложным оборотом, используемых для привлечения реципиента к формулируемой мысли [Petch-Tyson, 2000].

Имеющиеся сведения о демонстративности позволяют нам говорить о том, что демонстративная тональность используется в институциональном и персональном дискурсе для передачи значимой информации посредством определенных языковых и неязыковых единиц, а также речевых стратегий. Вместе с тем демонстративная тональность до настоящего времени не получила комплексного лингвосемиотического, психолингвистического осмыслиения, описания и систематизации.

Научная новизна исследования состоит в определении феномена демонстративной тональности, разработке модели ее описания, установлении характеристик демонстратива как речевого жанра и речевого действия, описании дискурсивных типов коммуникативной демонстративности, характеристике языковых и неязыковых средств выражения акцентированной и неакцентированной коммуникативной демонстративности.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что исследование вносит вклад в развитие прагмалингвистики и теории дискурса, характеризуя феномен коммуникативной демонстративности и уточняя ее функциональные единицы и типы, способы их презентации и выражающие ее языковые и неязыковые единицы.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования полученных данных в курсах по семиотике, стилистике, теории дискурса и лингвистики текста. Результаты исследования могут быть применены в курсах по теории и практике эффективной межличностной и деловой коммуникации.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Демонстративная тональность представляет собой коммуникативную категорию, конститутивным признаком которой является позиционирование участников общения, сопровождаемое оценкой и самооценкой, привлечением к себе внимания либо вуалированием такого привлечения, установлением определенной коммуникативной дистанции и выражаемое системой речевых и языковых средств.

2. Модель описания демонстративной тональности включает: 1) самопрезентацию участников общения, 2) акцентирование их позиции, 3) оценочную квалификацию ситуации.

3. Демонстратив как речевой жанр включает интенцию коммуниканта, нормы культуры, определяющие самопрезентацию в типичных ситуациях общения, типичные текстотипы и невербальные действия-проявления демонстративности.

4. Основным речевым действием коммуникативной демонстративности является речевой акт «демонстратив», структура которого включает установление и поддержание контакта, знаки привлечения к себе внимания либо маскировку этих знаков, реакцию адресатов на это действие.

5. Коммуникативной единицей демонстративности является демонстратив – вербальное и/или невербальное выражение самопрезентации субъекта, существующий в языковой (лексический, синтаксический, фразеологический), неязыковой (демонстративное действие, демонстративная просодия, демонстративный образ, демонстративный объект, демонстративная идея, демонстративное изображение) и смешанной форме (лингвистический гештальт).

6. Противопоставляются прямые и непрямые демонстративы, каждый из которых распадается на персональные и институциональные разновидности.

7. Существует шкала эмотивности/рациональности выражения демонстративности. Есть демонстративность, которая является

преимущественно эмоциональной и преимущественно рациональной. Степень эмоциональности и рациональности определяется по критерию преимущественных способов выражения демонстративности. На полюсе рациональности располагаются научный и юридический дискурсы. На полюсе эмоциональности находятся религиозный, персональный и медийный дискурсы. Остальные дискурсы занимают промежуточное положение.

8. Основными лексико-фразеологическими и синтаксическими средствами выражения акцентированной демонстративности являются я- и мы-модальность, гиперболические тропы, лексический повтор, эмоционально-окрашенные фразеологизмы, конструкции синтаксического параллелизма. Неязыковые средства реализации включают эмоциональную жестику, демонстративную просодию, демонстративные предметы и демонстративные действия.

9. Основными лексико-фразеологическими и синтаксическими способами выражения неакцентированной демонстративности являются «мы»-модальность, гипербола, безличные глаголы, глаголы в сослагательном наклонении, недооценка, эвфемизмы, тропы, безличные конструкции. Неязыковые средства актуализации составляют семиотические единицы и комплексы.

Достоверность результатов исследования обеспечивается привлечением большого количества научных источников в рамках темы исследования, применением опробированных и результативных научных методов анализа, всесторонним и комплексным рассмотрением проблемы диссертации с последовательной системной обработкой данных, репрезентативностью материала исследования и объективностью полученных результатов, а также логичностью и последовательностью изложения материала.

Апробация. Результаты исследования представлены научной общественности и обсуждались на научных конференциях:

– VIII Всероссийская научно-практическая конференция «Современные тенденции развития фундаментальных и прикладных наук» (Брянск, 25 января 2025); VIII Международная научно-практическая конференция «Язык, культура, коммуникация: изучение и обучение» (Орел, 10-11 октября 2024); XIV Международная научно-практическая конференция «Научные исследования в сфере гуманитарных наук: открытия XXI века» (Пятигорск, 11 октября, 2024); IX Международная научная конференция «Донецкие чтения 2024: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» (Донецк, 15-17 октября 2024); XII Международная научно-практическая конференция «Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам» (Брянск, 17-19 октября 2024); II Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы филологии, переводоведения и лингводидактики в контексте межкультурного взаимодействия» (Брянск, 24-25 октября 2024); VIII Международная научно-практическая конференция «Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования» (Пятигорск, 24-25 октября 2024); Всероссийская научно-практическая конференция «Русская филология и межкультурная коммуникация» (Магадан, 25 октября 2024); X Всероссийская научная конференция с международным участием «Стернинские чтения: Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка» (Воронеж, 25 октября 2024); I Международная научная конференция «Шкатовские чтения» (Челябинск, 1 ноября 2024); Международная научно-практическая конференция, посвящённая памяти заслуженных деятелей науки РФ А.А. Залевской и Г.И. Богина «Слово и текст: поиски смысла» (Тверь, 1-2 ноября 2024); VI Международная конференция «Синергия языков и культур: междисциплинарные исследования» (Санкт-Петербург, 7-9 ноября, 2024); Международная научно-практическая конференция «Мир культуры: искусство, наука, образование» (Челябинск, 13 ноября, 2024); V Международная научно-практическая конференция «Лингвистические и

культурологические аспекты современного инженерного образования» (Томск, 13-15 ноября, 2024); Всероссийская научная конференция «Язык и литература в синхронии и диахронии» (Краснодар, 20 ноября 2024); XVII Всероссийская научно-практическая конференция «Наука. Образование. Культура: актуальные проблемы и практика решения» (Прокопьевск, 26 ноября, 2024); XIX Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации (Москва, 6-8 июня 2019); XXXVI Международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы современной науки» (Москва, 9 февраля 2018); Международная научная конференция «Аксиологическая лингвистика: проблемы и перспективы» (Волгоград, 27 апреля 2004); VII Региональная конференция молодых исследователей Волгоградской области (Волгоград, февраль 2000 г.).

Доклады и сообщения по теме исследования представлялись на заседаниях научно-исследовательской лаборатории «Аксиологическая лингвистика» Волгоградского государственного социально-педагогического университета (2003-2016 гг.); ежегодных внутривузовских конференциях Волгоградского государственного технического университета (2019–2025 гг.); заседаниях кафедры «Иностранные языки» Волгоградского государственного технического университета (2019–2025 гг.); заседаниях кафедр германских и романских языков и английской филологии Волгоградского государственного педагогического университета (2000–2025 гг.).

По теме исследования опубликованы 52 научные работы общим объемом 40.0 п.л., включая авторскую монографию «Демонстративность как коммуникативная тональность: функции, жанры, способы выражения» и 16 статей в изданиях, рекомендованных ВАК.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, списка лексикографических источников и источников примеров.

Во *введении* обосновывается актуальность темы исследования, излагается степень изученности проблемы, раскрываются цели, задачи работы, указывается методологическая и эмпирическая база исследования, определяются объект и предмет анализа, научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования, излагаются положения, выносимые на защиту.

В *первой главе* «Признаки демонстративности как коммуникативной категории» формулируется понятие демонстративной тональности, выделяются ее конститутивные признаки и типы, дается дефиниция терминов, устанавливается круг явлений, определяющих исследовательскую стратегию и обеспечивающих валидность результатов исследования.

Во *второй главе* «Коммуникативное выражение акцентированной демонстративности» представлен анализ и описание нарративной и манипулятивной демонстративности и полимодальных способов их выражения. Также рассматриваются функции и средства реализации акцентированной демонстративности в речевых жанрах персонального, научного, административного, спортивного, медицинского, юридического, политического, делового, педагогического, массово-информационного, рекламного, военного, медийно-дипломатического и религиозного дискурсов.

В *третьей главе* «Коммуникативное выражение неакцентированной демонстративности» выявляются функции, языковые и неязыковые единицы актуализации имплицитной демонстративной тональности.

В конце каждой главы даны выводы, подводящие итог соответствующего этапа исследования.

В *заключении* приводятся обобщающие результаты исследования и определяются его дальнейшие перспективы.

В *библиографию* включен перечень научной литературы, который послужил теоретической основой настоящего диссертационного исследования.

ГЛАВА 1. ПРИЗНАКИ ДЕМОНСТРАТИВНОСТИ КАК КОММУНИКАТИВНОЙ КАТЕГОРИИ

Для современного человека демонстративность, выраженная в потребности быть заметным и признанным, стала неотъемлемым образом жизни [Лисенкова, 2019]. В конце 1990-х годов понимание того, что хаос, иррациональность и радикальный нигилизм – категории эры постмодернизма, неэффективны для постижения эволюционировавшей социально-антропологической реальности, привело к трансформации культуры и переходу общества к этапу метамодернизма, который в научной литературе рассматривается, как время свободного самовыражения личности, нонконформизма, существования в самостоятельно созданном мире, в соответствии с собственным «Я» [Пискарев, 2019, с. 4-5].

Произошедшая одновременно шестая информационная революция обусловила наступление эры информационного общества, в которой информация является главной ценностью, а виртуальное информационное пространство – средой жизнедеятельности человека, где он приобрел возможность самоидентификации в виртуальном поле. Пришедшее на смену прежнему мировидению, побудило людей изменить принцип взаимодействия с социумом, отказаться от сдерживающих норм поведения и моделей самопроявления в коммуникации.

Активное использование информационных технологий изменило психику человека [Соловьева, 2015, с. 50]. Рождение иного знаково-символического мира информационной культуры ознаменовала пуэрилизация общества с непреодолимым желанием как образованных, так и необразованных людей нравиться и получать одобрение, показывая себя в наилучшем свете, что привело к снижению возраста современной культуры до отметки от 14 до 16 лет. Демонстративность в языковом пространстве в

настоящий момент характеризуется как повсеместная норма [Раменский, 2015].

Как форма ментального отражения действительности, демонстративность обуславливает не только национальное коммуникативное поведение отдельного народа, но и стандарты глобального коммуникативного пространства, представляя собой коммуникативную категорию.

Настоящая глава посвящена рассмотрению конститутивных признаков коммуникативной категории демонстративности.

1.1. Конститутивные признаки демонстративности как коммуникативной категории

Современная лингвистика занимается активным изучением коммуникативных категорий на протяжении последних двадцати лет [Кислякова, 2018, с. 5]. В соответствии с этим, анализ феномена коммуникативной категории демонстративности и описание ее категориальных признаков представляет несомненный научный интерес. Обратимся к накопленным в научной литературе данным для уточнения понятия и признаков явления «коммуникативная категория».

Для предупреждения коммуникативных сбоев, говорящие типизируют своё знание коммуникативных ситуаций, опираясь в речевом поведении на наиболее приемлемые из уже имеющихся: категории, жанры и речевые паттерны [Степанов, 1981; Бюлер, 1993; Формановская, 2007; Буторина, Евграфова, 2012, с. 24].

Определение коммуникативной категории изменилось и дополнялось по мере её изучения разными исследователями с течением времени. И.А. Стернин и К.М. Шилихина определяют её как обобщённое коммуникативное понятие, упорядочивающее знания человека о правилах общения [Стернин,

Шилихина, 2001, с. 34]. О.А. Кобриной отмечает в данной категории ориентацию только на процесс коммуникации [Кобриной, 2003]. М.В. Шаманова описывает способность коммуникативной категории к упорядочиванию концептов в концептосфере языковой личности, их вхождению в единую концептосферу, объединению с другими зонами национальной концептосферы, а также определению основных характеристик национального коммуникативного поведения народа [Шаманова, 2009, с. 3]. В 2010 году Н.Н. Панченко дает определение коммуникативной категории как «единства структурно организованного коммуникативно-значимого содержания и комплекса лингвистических и паралингвистических средств его выражения» [Панченко, 2010, с. 7]. Е.П. Карзенкова трактует данную категорию как виртуальный план речевого жанра, образовавшийся в условиях стандартного речевого взаимодействия [Карзенкова, 2011, с. 89]. В исследовании Е.Н. Мехониной мы находим данные о том, что она является системой языковых, речевых и текстовых средств речевой реализации социально значимого взаимодействия [Мехонина, 2015, с. 154]. Коммуникативные категории в работе Е.П. Буториной – это пары, включающие значение релевантного признака ситуации общения и коммуникативную единицу для его выражения [Буторина, 2016, с. 65]. Наконец, в недавней научной статье М.К. Вильчик рассматривает коммуникативные категории в качестве структур с культурно-обусловленными знаниями, правилами, прескрипциями и релевантными установками языковых средств [Вильчик, 2021, с. 281].

Прежде чем мы обобщим накопленные сведения и сформулируем собственную дефиницию данного феномена, мы считаем важным упомянуть положения Дж. Лакофф о гештальте, под которым автор понимает схему организации разнообразного опыта говорящего, включающую мысли, эмоции, двигательный и речевой стереотип и сочетающую в себе фреймы, схемы и сценарии. [Лакофф, 1996]. Изучив представленные определения, мы

рассматриваем коммуникативную категорию как коммуникативную гештальт структуру, реализующуюся в языковых средствах.

Коммуникативные категории существуют наряду с концептами, нормами и принципами организации социального взаимодействия в коммуникативном сознании личности, делая возможным весь процесс её коммуникативной деятельности [Стернин, Шилихина, 2001; Овчинникова, 2008; Шаманова, 2009; Баринова, Нестерова, Овчинникова, 2010; Корнеева, 2017]. Данные ментальные конструкты находят проявление в любом типе речи, независимо от её функционально-стилевой принадлежности, используются непроизвольно, без предварительного обучения, охватывая социально-прагматические свойства ситуаций верbalьного взаимодействия, их ситуативность [Шевченко, 2012, с. 66].

Функцией коммуникативных категорий является обеспечение общения людей по принятым в обществе правилам.

Коммуникативная категория включает в себя информацию, которая получает отражение в концептах, психологической позиции, нормативных воздействиях, и которая может менять интенсивность, порядок и важность для сознания [Вильчик, 2021, с. 280].

Структура коммуникативной категории может быть гибкой, заключать в себе ключевые коммуникативные установки, указывать на соблюдение коммуникативных правил и общую культуру речи.

В своем содержании коммуникативная категория имеет разноуровневые вербальные и невербальные средства для выражения ментальных стереотипов, набора суждений, моделей поведения в определённых ситуациях и правил вербального взаимодействия: нуклеарные элементы, которые объединяются в понятие и второстепенные элементы, связанные с главными. К ведущим средствам выражения коммуникативной категории относятся эксплицитные лексико-грамматические и семантические

средства, к периферийным – стилистические единицы и паралингвистические знаки.

Коммуникативная категория задается обобщающим семантическим признаком, который соотносится с характеристиками типичной ситуации общения, существующей в памяти коммуниканта, идентифицируется им в процессе взаимодействия, воздействует на его выбор коммуникативных и языковых единиц в соответствии с принятыми для общения в определённой сфере нормами для осуществления двустороннего процесса порождения текста.

По мнению И.А. Стернина, образующая коммуникативную категорию информация организуется по экспрессивности и значимости для сознания. Категория охватывает концептуальное понимание коммуникации и указания для реализации коммуникативного процесса: предписывающие, запретительные и интерпретирующие [Стернин, Шилихина, 2001]. Нормы общения тесно связаны с сознательным выбором и использованием языковых средств для достижения той или иной цели общения. Данные понятия составляют коммуникативное сознание, систему ментальных категорий, закрепляющих принятые в обществе стандарты и правила коммуникации. Коммуникативная категория состоит из многоуровневых установок.

В.И. Карасик предлагает классификацию коммуникативных категорий, основываясь на внутритекстовых и внешнетекстовых характеристиках речи. Исследователь описывает следующие виды коммуникативных категорий:

1. конститутивные, разграничающие текст и нетекст, характеризуются оформленностью, смысловой завершенностью, тематическим и структурно-стилистическим единством;
2. жанрово-стилистические, определяющие тексты по их соответствуанию функциональным стилям речи, обладают стилевой принадлежностью, соответствием жанру, амплификацией или компрессией и шаблонностью;

3. содержательные, объясняющие смысл текста, выделяются наличием адресата, образа автора, содержательностью, интертекстуальностью, интерпретируемостью и модальностью;

4. формально-структурные, характеризующие средства организации текста, обладают композицией, членимостью и когезией.

Представленные коммуникативные категории включают подкатегории. Так, например, категория истолкования может выражаться через истинность, четкость, содержательность, импликативность и экспликативность [Карасик, 1998, с. 185–196].

Классификация Е.П. Захаровой строится с учётом цели коммуникации и структуры [Захарова, 2000, с. 13-15]. Автор разграничивает коммуникативные категории по цели высказывания: по общей цели (информационные, императивные, оценочные, этикетные, фатические), речеобразующие (отражающие локальность, темпоральность, персональность, соотносимость с текстовыми категориями), регулятивные (социально-этические, эстетические, квалификативные, риторические), структурообразующие (структурно организующие).

По структуре коммуникативные категории разделяются на типы: оппозитивные – жёсткой оппозиции (достоверность / недостоверность, определенность / неопределенность), шкалы – градуальность (подчёркнутая вежливость / нейтрально-нормативная вежливость / минимальная вежливость / невежливость) и спектральные – спектр (тональность, функционально-стилистическая окрашенность).

Таким образом, коммуникативные категории являются открытой системой, которая отвечает за реализацию механизмов и правил речевой деятельности [Земская, 1997; Захарова, 2000; Дементьев, 2006; Формановская, 2007; Шаманова, 2009; Китайгородская, 2010; Газизов, 2011; Шевченко, 2012; Розанова, 2012; Борисова, 2014; Кислякова, 2018; Нестерова, 2020].

Анализ коммуникативных категорий дает возможность выявить закономерности употребления языковых единиц в коммуникации [Кислякова, 2018, с. 4].

Обзор научной литературы по данной теме показывает наличие около 30 проведенных исследований коммуникативных категорий. Г.Р. Шамъенова (2000), Т.В. Ларина (2003) изучали социально-этическую категорию вежливости, представляющую собой коммуникативно-прагматическое поле, структура которого определяется особенностью гипертактик вежливости, их интенсивностью воздействия на слушателя и набором мотивов, способствующих определенной градации вежливости [Шамъенова, 2000; Ларина, 2003]. С.А. Недобух (2002) занималась многоуровневой категорией персональности с несколькими способами выражения значений [Недобух, 2002]. Н.С. Милянчук (2005) исследовала лингвопрагматическую категорию некатегоричности высказывания и представила её как результат коммуникативной тактики сотрудничества, с сохранением интересов адресата и адресанта речи [Милянчук, 2005]. В.В. Дементьев (2006) рассмотрел особенности категории непрямой коммуникации. В.Б. Кашкин (2007) описал категорию авторитетности в виде прямого словесного или фразового называния авторитетного источника и косвенного указания посредством оценки, сравнения, отсылки к литературному произведению, научной работе, историческим событиям [Кашкин, 2007]. О.В. Эпштейн (2008) проанализировала такие категории политического дискурса, как агональность, агрессивность, идеологичность и театральность [Эпштейн, 2008]. С.С. Тахтарова (2010) выявила митигативные прескрипции и мейотические знаки смягчения коммуникативной категории, использующиеся с целью повышения эффективности коммуникативного контакта [Тахтарова, 2010]. В работе М.В. Шамановой (2009) систематизировались коммуникативные концепты, вербальные и

невербальные средства, национально-специфические когнитивные признаки категории общения [Шаманова, 2009].

В течение следующего десятилетия, лингвисты всесторонне исследовали такие коммуникативные категории: достоверность [Панченко, 2010], эвфемия [Саакян, 2010], пейоративность [Лескина, 2010], дружба [Карзенкова, 2011], речевой выбор [Матвеева, 2011], игра [Белей, 2012], вежливость [Лавренченко, 2013], недосказанность [Новикова, Бондарь, 2013], намёк [Артёмова, 2014], враждебность [Мехонина, 2015], чуждость [Богомазова, 2015], официальность [Буторина, 2016], инакость [Кислякова, 2018], деструктивность [Волкова, 2019], косвенность [Нестерова, 2020], эгоцентризм [Вильчик, 2021], справедливость [Новоселова, 2021], слухи [Хакимова, 2021], толерантность [Биумена, 2021].

Подводя итог, следует отметить, что работы, посвященные коммуникативной категории демонстративности, отсутствуют.

Основываясь на классификациях В.И. Карасика и Е.П. Захаровой, мы идентифицируем *демонстративность* как структурно-образующую коммуникативную категорию спектрального типа – тональность, определяющую процесс речевого общения и выполняющую функцию самопрезентации манифестации чувств и средства эмоционального воздействия. Коммуникативная тональность проявляется в личностно- и статусно-ориентированном общении [Захарова, 2000; Карасик, 2017].

Для демонстративности характерна знаковая семиотическая природа. Согласно данным лингвистических словарей, «знак» обладает общим семантическим признаком с понятием «демонстративность» и входит в его семантическое поле. Глагол «означивать» имеет значение – являться символом, именем или названием чего-либо; «означать» – быть знаком чего-либо [СРЯ]. Синонимом этих глаголов выступает глагол «демонстрировать» [СРС].

Знаки представляют собой единицы, свидетельствующие о бытии чего-либо в пространстве и времени, способы, фиксирующие сферу понятий [Звегинцев, 1976, с. 193; Барт, 1989; Гуссерль, 2005; Соломоник, 2012]. Данное положение опирается на концепцию семантического треугольника представителя немецкой школы аналитической философии Фридриха Г. Фреге 1879 г., которую в дальнейшем разрабатывали и дополняли другие учёные: Ч. Пирс (1900), Ч.К. Огден и А.А. Ричардс (1923), Ч.У. Моррис (1938), А.В. Лемов (2000) [Frege, 1892; Степанов, 1971; Моррис, 1983; Лемов, 2000, с. 19; Пирс, 2009]. Рис. 1:



Рис. 1. Семантический треугольник

Рисунок 1 отражает процесс референции, осуществляемой через связь денотата с экспонентом посредством десигната [Коровина, 2010, с. 335].

Концепция семантического треугольника подвергается критике за то, что в ней не находит отражение посредническая деятельность человеческого сознания между предметом и знаком [Лесохин, Лукьяненков, Пиотровский, 1982, с. 25]. Эта теория не даёт ответ на вопрос о том, как смысл переходит в вещественный носитель – знак.

Рассмотрим схему, разработанную швейцарским лингвистом Ф. де Соссюром в 1907 г., согласно которой знак, находящийся в сознании говорящего, имеет две стороны: обозначающее (акустический образ) и обозначаемое (понятие, состоящее из объекта и его значения). Рис. 2:

Схема показывает наличие мысли и результата означивания. Рис. 2:



Рис. 2. Концепция языкового знака Ф. де Соссюра [Соссюр, 1977]

Означающее (овеществленный носитель образа предмета) является материальным и выступает в качестве заместителя того или иного объекта, свойства или отношения. Оно служит для получения, концептуализации, хранения и передачи информации. В представленной теории также отсутствует механизм, транслирующий значение.

События, феномены, идеи, свойства, отношения – предметы речемыслительной деятельности человека, получают вербальное и невербальное выражение в знаках [Лотман, 1971; Маслов, 1997; Черниговская, 2021]. По мнению Аристотеля, мысль не может образоваться вне материи. Философ писал о том, что умозрительное бытие реализуется в форме, в которой оно представляется человеку [Аристотель: Метафизика, 2019]. Свойством материи, помимо движения, системности и самоорганизации считается отражение – способность системы демонстрировать в себе свойства другой материальной системы при условии

их взаимодействия. Демонстративность бывает биологической (сознание), физической (фотография), химической (запах, цвет) и механической (отпечатки) [Горелов, Горелова, 2022].

Овеществление мысли достигается посредством доставки смысла – естественного осциллирующего движения материального и языкового континуума. Всякое материальное движение является самодвижением материи, которое составляет её первичное фундаментальное свойство, проявляясь в любом объёме, начиная с минимально существующего. Причиной материального самодвижения выступает самодействие материи самой на себя (осцилляция), так как любая материальная система функционирует на основе саморегулирования. Сообщаясь друг с другом, осцилляторы создают естественные иерархические структуры [Астафуров, 2016, с. 185]. Таким образом, демонстративность выступает механизмом перехода значения в вещественный носитель – символ, делает знак видимым. Демонстративность рассматривается в качестве универсальной составляющей знака, служащей средством объективации и передачи любого смысла [Журавлев, 2010]. В связи с тем, что понятие становится знаком через демонстративность, осциллирующее свойство материальной системы, предлагается дополнить структуру знака. Схема 1:

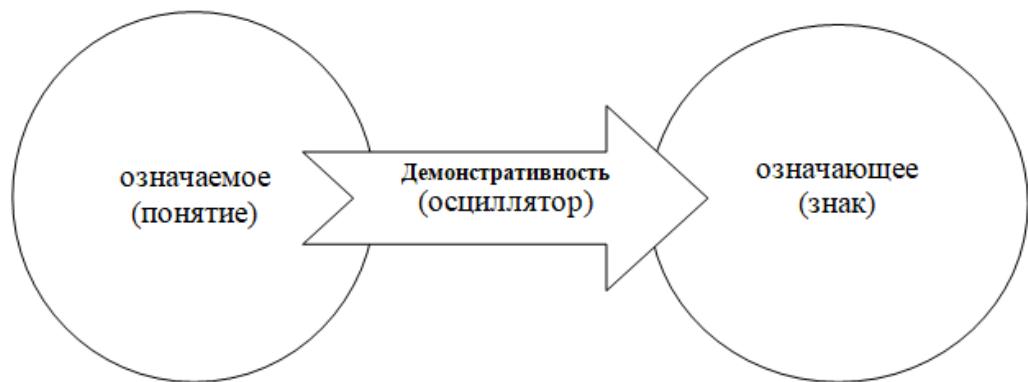


Схема 1. Структура знака

Демонстративность участвует в движении материи, которое характеризуется всеобщностью, универсальностью, объективностью и абсолютностью [Hodge, 1988; Ивин, Никитина, 2019; Гибадуллин, 2016].

На основании изученных положений философии, лингвистики и физики, демонстративность может рассматриваться в качестве системного свойства материального континуума, детерминирующего все его проявления, являясь аспектом единой сущности, частью теории всего. Демонстративность представляется течением бесконечного производства смысла, в котором одна идея производит другую.

Уточним значение понятия «демонстративность» для последующего определения параметров этой категории дискурса.

Данный термин упоминается в психологии, патопсихологии, социологии, философии, культурологии, политологии, маркетинговой коммуникации, СМИ и искусстве. Разные научные парадигмы толкуют «демонстративность», связывая её с понятиями, составляющими ядро рассматриваемой коммуникативной категории, организованной по принципу бинарной оппозиции:

1. самопрезентация (ИСР): явная или скрытая;
2. акцентированность (СРС): положительная или отрицательная;
3. преувеличение (БПС): произвольное или непроизвольное.

Периферийными элементами, связанными с перечисленными нуклеарными, по данным специализированных словарей, выступают *самохвальство, эгоизм, хвастовство, лицемерие, обман, исключительность, нарочитость, умышиленность, подчеркнутость, протест, угроза, неприязнь, запугивание, ухаживание, доказательство, импульсивность, истеричность, аффект* [СИС; СРС; ФС; БПС; РАС; ИРС].

Конститутивными признаками коммуникативной тональности являются интенциональность, определяющаяся социальными потребностями

и интересами; интерпретативность, подразумевающая множество возможных вариантов толкования; эмоциональность и оценочность.

Маркерами коммуникативной тональности являются просодические средства, которые позволяют говорящему верно понимать, в какой тональности проходит разговор, включая его в реальный контекст социальной коммуникации: тон, мелодика, интонация.

Указанные категории входят в структуру коммуникативной категории демонстративности и выступают её маркерами в дискурсе.

1.1.1. Самопрезентация как признак демонстративности

В данном параграфе рассмотрим понятие самопрезентации как выражение демонстративности коммуниканта, а также условия, которые обуславливают употребление её явной и скрытой формы, лингвистические способы её проявления. Мы анализируем самопрезентацию как один из значимых аспектов, заслуживающих внимания в связи с исследованием проблемы демонстративности.

Термин «самопрезентация» (англ. self-presentation – «предъявление», «представление») 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 [Тисленкова, 2023]. Самоподача, внутренне присущая составляющая социально-ролевого поведения человека, имеет прагматическую природу и способствует успешному решению повседневных задач [Медведева, 2013, с. 8].

В 1959 г. американский социолог Ирвинг Гоффман, представитель Чикагской школы социологии, первым проанализировал процесс социальной драматургии, предложил термин «самопрезентация» и сформулировал доктрину рассматриваемого нами феномена [Goffman, 1971].

Далее появилось большое количество работ европейских и американских исследователей, рассмотревших такие практические аспекты самопрезентации, как причины, влияние ситуации общения, возрастные, гендерные, социальные, психологические факторы, стратегии и тактики общения исследователей M. Leary, B. Schlenker, A. Grant, T. Pittman, J. Epstein, S. Briggs, R. Lennox, J. Deaux, M. Nesler, M. Snyder.

В нашей стране самопрезентация изучалась в рамках социальной психологии и лингвистики с 1990-х годов: Н.В. Казаринова, А.А. Бодалев, З.С. Завьялова, В.П. Шейнов, А.Ю. Панасюк, В.Г. Горчакова, В.П. Трусов, И.И. Петрова, Ю.Н. Емельянов, И.С. Шевченко [Пикулева, 2014].

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

XXI век считается столетием самопрезентации мирового масштаба. Люди современного общества живут в условиях постоянного психологического воздействия рекламы, навязывающей сознанию разнообразные услуги и продукты. Существует необходимость составлять резюме о своём опыте трудовой деятельности 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 является

обращение людей в имиджевые и модельные агентства с целью формирования благоприятного образа себя.

Личные ценности и психосоциальные характеристики определяют выбор субъектом самопрезентации техники ассертивного поведения. Различия в ценностных приоритетах и в предпочтении тактик и стратегий самопрезентации личности связаны с функцией самомониторинга [Корягина, 2019].

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 (социальным статусом и профессией) и ситуационными факторами (степенью знакомства с адресатом, продолжительностью общения, зависимостью от адресата, публичностью, следованием определенным социокультурным правилам общения).

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 [Савицкий, 2023].

Этнокультурная часть обуславливает проявление этикетных и моральных норм в самопрезентации личности, воспитанной в той или иной культуре [Акулова, 2010; Левицкий, 2021].

Социальный статус детерминирует активность, уровень уверенности в себе, потребность в социальном одобрении, разнообразие используемых стратегий в процессе самопрезентационного поведения коммуникантов [Фёдорова, 2007].

Профессиональная и возрастная принадлежность определяют предпочтение или избегание говорящим использования асертивных тактик в вербальном самопредъявлении [Пикулёва, 2014].

Самопрезентация основывается на следующих психологических потребностях коммуниканта:

1. получить признание своей самобытности, уникальных личностных качеств;
2. быть популярным и уважаемым в обществе;
3. обладать престижем, занимать доминирующее положение;
4. вызывать интерес и зависть;
5. слышать восхищение;
6. повышать самооценку [Schlenker, Wowra, 2003].

Невозможность получить желаемое порождает злость, тревожность, разочарование и общую неудовлетворённость, что также присутствует в самоподаче коммуниканта.

Различают несколько видов самопрезентации коммуникативной личности по пяти критериям: произвольная и непроизвольная (осознанность поступков), непосредственная и опосредованная (опосредованность), асертивная и защитная (основной мотив), проактивная и реактивная (целенаправленность), тактическая и стратегическая (способ) [Михайлова, 2007].

Р.М. Аркин описывает еще две разновидности самоподачи:

1. присваивающую, связанную с выбором ролей, которые соответствуют социальному положению и уровню образования, особенностям среды, в которой говорящий общается с равными себе;
2. защитную, выраженную в сознательном избегании неудач: коммуникант выбирает несоответствующую среду: или с низкими требованиями, или с чрезмерно высокими (авантюристическую самопрезентацию) [Arkin, 1981].

Стремление к материальному благополучию и продвижению по социальной лестнице ориентируют человека на асертивную стратегию самовосхваления, доминирования и предпочтение асертивной тактики самопрезентации. Забота о благополучии окружающих исключает такой выбор.

Психосемиотический подход к исследованию самопрезентации коммуниканта предполагает изучение самопрезентации как процесса обмена информацией. В рамках данного метода анализируется символический план самопрезентации с центральными понятиями «знак», «адресат» и «адресант». Психолингвистический подход нацелен на обнаружение и анализ содержательных особенностей речи субъекта самопрезентации – стратегий, вербальных и невербальных средств [Дубских, 2014].

Стратегия самопрезентации представляет собой сознательно планируемое поведение языковой личности с целью формирования у собеседника желаемого образа, основанное на определенных тактиках самопрезентации. Стратегии речевых сценариев находятся в долговременной памяти коммуниканта, благодаря чему возможно осмысленное осуществление речевой деятельности в течение длительного периода времени [Медведева, 2013, с. 4].

О.А. Пикулева рассматривает 5 стратегий самопрезентации [Пикулева, 2014, с. 19].

Стратегия 1. *Избегание* с целью предотвращения обвинений включает отказ (отрицание ответственности), предвосхищение (объяснение причин), оправдание (ссылка на внешние препятствия плохое самочувствие, занятость, непредвиденные обстоятельства).

Стратегия 2. *Аттрактивное поведение* с целью вызвать к себе расположение: желание понравиться (заискивание, учтивость, похвала, услужливость, преподнесение подарков), извинение (признание ответственности за «негативный» поступок, выражение раскаяния,

выражение вины), пример для подражания (акцентирование собственных достоинств).

Стратегия 3. *Самовозвеличование*: упоминание своих достижений (описание достоинств, рассказ об успехах, сообщение о прошлых достижениях), хвастовство (преувеличение достижений), оправдание с принятием ответственности (приведение оправдывающих и одобряемых другими причин для объяснения ошибки, принятие ответственности).

Стратегия 4. *Самоуничтожение* с целью получения помощи или поддержки: просьба (просьба, демонстрация беспомощности, демонстрация слабости, демонстрация зависимости).

Стратегия 5. *Демонстрация силы* или *статуса* с целью вселить страх: запугивание (угроза, шантаж), негативная оценка (критика, обвинение, упрек).

А.И. Дубских выделяет дополнительные «коммуникативные ходы» – конвергентную и дивергентную стратегии самопрезентации [Дубских, 2014].

К конвергентной стратегии, имеющей скрытый характер, относятся самозатруднение (проговаривание недостатков и проблем, над которыми говорящий работает во благо близких людей), использование чужого успеха (упоминание авторитета или положительного знакового события, апелляция к прецедентному феномену, цитирование, акцентирование положительных свойств, комплимент собеседнику), единомыслие (согласие с мнением партнера, создание мы-общности и круга «своих», призыв к совместной деятельности, тематический и лексический повтор, подхват с продолжением, подхват с усилением, лексические маркеры *конечно, да, несомненно, именно так, точно*), апелляция к авторитету (ссылка на мнение знаменитости / специалиста / авторитета, перенос чужих заслуг и достоинств на личность говорящего, демонстрация своего близкого знакомства с авторитетом, использование интенсификаторов *уже, давно, всегда*, демонстрация своей

связанности к авторитетам, демонстрация причастности к знаменитым событиям).

К дивергентной стратегии, имеющей явный характер, относятся подчёркивание положительной информации о себе (с использованием лексических единиц, описывающих первенство, лидерство, способность преодолевать трудности, источник творческого вдохновения), подчёркивание отрицательной информации о себе (указание на свои отрицательные качества, рассказ о предосудительных поступках, упоминание собственных ошибок и неудач), эпатаж (обращение к темам табу, выражение сомнения в общечеловеческих ценностях, рассказ о случаях нарушения закона).

Представленные классификации показывают, что для того, чтобы стать заметным среди равных, заинтересовать собой, подробностями своей жизни и деятельности, коммуниканты целенаправленно делают акцент как на положительных, так и на отрицательных сторонах собственной личности, создают выразительный образ. Используются и крайние формы самопрезентации: хвастовство, эпатаж, подавление адресата.

Способами самопрезентации говорящего являются вербальные и невербальные коммуникативные средства, внешний вид и социальные символы, которыми обладает субъект.

Самопрезентация может выражаться невербальными средствами, среди которых:

1. визуальные, выраженные во внешних особенностях, таких как национальная, возрастная, половая принадлежность, внешний вид – стиль одежды, прическа, ювелирные украшения, макияж, аксессуары;
2. акустические – тембр и сила голоса, диапазон и тональность;
3. экстралингвистические – смех, покашливание, смех, вздох;
4. кинетические – телодвижения, походка, осанка;
5. проксемические переменные – расстояние между собеседниками;
6. вещественные – показатели социального положения;

7. мимика, визуальные контакты, вегетативные реакции;
8. тактильные – объятие, рукопожатие, прикосновение, поцелуй;
9. ольфакторные – естественный запах и парфюмерия.

Коды и символы ольфакторной самопрезентации, создающие образ коммуникативной личности, всесторонне изучены в исследованиях зарубежных ученых Г. Зиммель (1923), М. Детьена (1972), А. Корбена (1976), Ж. Вигарелло (1985), К. Классена, Д. Ховеса, А. Синнотт (1995), Л. Рубин (1998), Ф. Контар, Р. Трембле (1998), А. Левенсона (2000), Х. Д. Риндисбахер (2000), и российских исследователей А. Герер (1987), Д. Захарына (1999), О. Б. Вайнштейна (2001), В. Гулимова (2003), Е.А. Жирицкой (2003), в которых делается вывод о том, что коммуниканты прибегают к этой стратегии для повышения своей привлекательности у противоположного пола, усиления влияния, укрепления власти, повышения самооценки [цит. по Лабунская, 2009; Герасимова, 2003, с. 7].

В процессе коммуникации говорящий создает свой образ для окружающих, употребляя различные вербальные средства, способствующие актуализации своего имиджа, иными словами, прибегает к драматизации и актерству, выставляя себя в выгодном свете.

Образ говорящего в процессе самопрезентации создается посредством лексико-семантических, стилистических и морфологических средств, выбор которых задаётся дискурсивными обстоятельствами.

Вербальные средства самопрезентации – словесная реализация когнитивной модели речевого поведения, влияют на успешность управления впечатлением о себе. Они включают наборы речевых формул, клише и стереотипных фраз для разных ситуаций самоподачи.

Универсальными языковыми средствами самопрезентации, передающими достижения, ценностные установки и жизненные принципы говорящего являются:

1. сравнительная и превосходная степень прилагательных, порядковое числительное *первый*, акцентирующие и эмоциональные частицы, определительные местоимения *все, весь, всякий*, указательные местоимения для выражения доминирования и самобытности;
2. существительные и прилагательные с положительной и отрицательной коннотацией, отражающие личную оценку и свободу в выражении чувств;
3. этикетные клише, используемые для установления контакта и расположения адресата к себе;
4. частое использование личных местоимений для описания себя;
5. преобладание экспрессивного синтаксиса, инверсии, средств выразительности, образных фразеологизмов.

Перечислив основные черты понятия самопрезентации, остановимся на особенностях категории демонстративности – акцентированность.

1.1.2. Акцентированность как признак демонстративности

Анализируя феномен демонстративности, нельзя обойти стороной проблему акцентированности речи коммуниканта – выделение отдельной мысли и транслирование положительной, отрицательной и иной эмоции [ТС]. Значение данного понятия включает категории эмфатичности и перформанса.

Эмфатичность описывается как смысловая экспрессивность части или целого высказывания, раскрывающая добавочный внелингвистический смысл сообщаемого.

Сведения о категории эмфатичности содержатся еще в трудах лингвистов XIX столетия. В начале XX века феномен начал пристально изучаться филологами, в связи с чем появилось много научной литературы [Житкова, Голубева, 2018]. Проблема эмфатичности стала объектом

рассмотрения отечественных ученых Л.Г. Бабенко, Е.В. Бирюковой, Л.Ю. Буяновой, И.В. Быдиной, С.Г. Воркачева, В.И. Жельвис, С.В. Ионовой, Л.А. Калимуллиной, Н.А. Лукьяновой, Ю.М. Малинович, Я.А. Покровской, Е.В. Стрельницкой, И.В. Томашевой, О.Е. Филимоновой, Е.Б. Харисова, Н.А. Хомяковой, А.В. Цыбулевской, В.И. Шаховским, Н.В. Шелеповой, и зарубежных исследователей C. Caffi, R.W. Janney, S. Suzuki, I. Vandergriff [цит. по Муллина, 2004].

Языковая личность пользуется эмфатизацией для демонстрации своего эмоционального отношения к явлениям окружающей действительности, а также сообщает о собственном душевном состоянии адресату. В эмфатичности сосредоточены такие черты коммуниканта, как уровень его интеллектуального развития и эмоциональный тип личности.

Мышление человека характеризуется как эмоциональное [Гоулман, 2009]. Эмоциональная жизнь человека – одна из главных составляющих его психики, образующая языковую картину мира [Троилина, 1995]. Эмоции включаются в коммуникацию через концептуальные и стилистические ассоциации языка [Шаховский, 1995, с. 11; Скорик, 2013; Супрун, 2022]. Эмоциональные переживания сопутствуют всем проявлениям активности организма и показывают значимость событий, душевное состояние, выступают механизмом внутренней регуляции поведения [Погожая, 2010, с. 124]. В разных культурах традиции выражения эмоций неодинаковы. Говорящие на одном языке без труда распознают выраженные в словах эмоции в связи с тем, что эмоции социума коллективно усвоены и детерминированы опытом этнической группы. Актуализация эмоций напрямую связана с языком. Язык эмоций – способ передачи информации, функционирующий с использованием слов и без них в виде физиологических реакций. Языковые средства экспликации способствуют расширению возможностей прагматического потенциала произносимых коммуникантом утверждений, создавая позитивную или негативную психологическую

атмосферу коммуникации [Ионова, 2024]. Оказываемое воздействие на адресата порождает у него ответное эмоциональное и интеллектуальное переживание. По мнению Е.Ю. Мягковой, эмоциональная сфера является феноменом, состоящим из трёх уровней. Спонтанная экспрессия эмоций находится на первом уровне. Вторая ступень включает не выраженные языком ощущения. Третий уровень представлен социализированными эмоциями – эмотивными единицами [Мягкова, 2000].

Понятия эмфатический, эмоциональный и экспрессивный относятся к функции языка, передающей эмоции. Вместе с тем, они различаются по критерию цели. Категория эмоциональности выражает внутреннее состояние коммуниканта, эмфаза – эмоциональное отношение к адресату. Эмфаза направлена, главным образом, на эмоциональное воздействие, говорит о качествах говорящего, в то время как экспрессивность – характеризует речевое произведение. Эмфаза, эмотивность и эмоциональность находятся в отношениях включения. Такое включение обусловлено тем, что для выражения эмфазы используются эмотивы. Помимо этого, в ней находит отражение уровень эмоциональности говорящего. Эмоциональность принадлежит к языковой категории, эмфаза к психологической [Волкова, 2021, с. 58]. Схема 2:

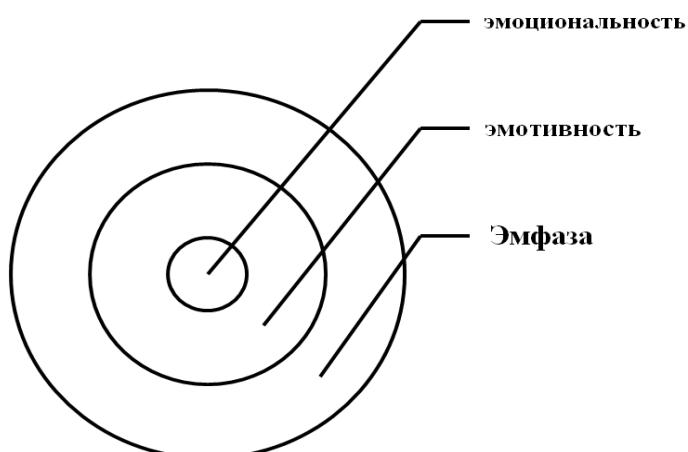


Схема 2. Структура эмфазы

Процесс порождения эмотивного высказывания рассматривается в работе Б. Тошович, который описывает его следующие этапы:

Этап 1. На основе эмоции говорящего автора (эмоция 1) возникает вербализация чувства, адресованная слушателю (экспрессия 1).

Этап 2. Декодирование.

Этап 3. После декодирования и идентификации посылаемой эмоции, реципиент переводит ее в собственную экспрессию (экспрессия 2) и на её основе воспроизводит свою эмоцию (эмоция 2) [Тошович, 2006, с. 19]. Схема 3:

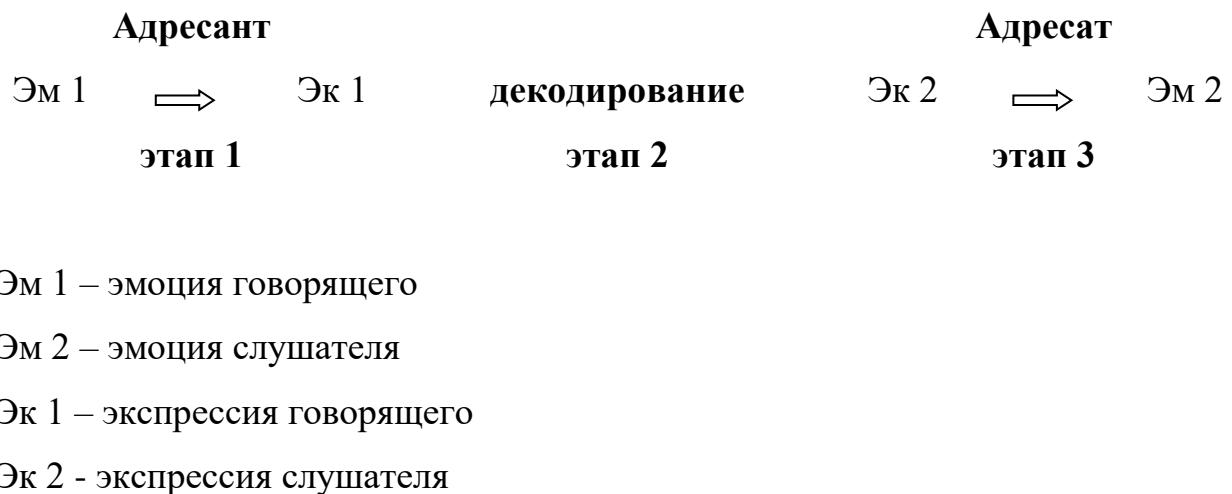


Схема 3. Схема порождения эмотивного высказывания

Наличие рациональности и эмоциональности в микроструктуре оценки даёт основание очертить три поля эмотивности высказывания:

Поле 1 – импульсивность, маркерами которой выступают импульсивы и аффективы – единицы бессознательного речевого акта, не требующие наличия адресата. Ядерные составляющие импульсивности – это инвективы, междометия, коммуникемы-выражения (*конечно!* *разве?* *едва ли!*), периферийные – фразеологические единицы, сравнения-клише эмотивного характера и лексические эмотивы.

Поле 2 – оценочность, представленная сочетанием эмоций с оценкой. В центре поля располагаются инвективы, просторечные эмотивы (*офиgеть, братуха*), эмотивно-оценочные коммуникемы, восклицания с частицами *какой, как* (*Какой гусь! Как ты достал!*)

Поле 3 – эмотивность, функционирующая в диалогах конфликтных ситуаций. Ядро поля содержит восклицательные и вопросительные предложения, энантиосемы (*Не лезь!*), периферия – парцелляцию, обращения, повторы. Поля эмотивности могут пересекаться и переходить из ядра на периферию [Коростова, 2009].

Эмотивный речевой акт может носить характер интраперсональной коммуникации как ответ на ситуацию [Вежбицка, 1985; Серль, 1986].

Эмоциональная лексика – это лексические средства, которые называют разные стороны эмотивности [Скорик, 2013, с. 21]. Эмфатичность точно и образно передает эмоциональные смыслы, намерения говорящего, формирует его языковой и психологический мир, отражающий индивидуальные характеристики его личности, проявляется на всех языковых уровнях [Там же, с. 15].

На уровне фонетики эмфатизация затрагивает значение фонем, устанавливая образно-психологическую связь с определённой эмоцией: [л] – изящество и свобода (*любовь, лирика*), [р] – настойчивость, категоричность (*раздор*).

При конструировании текста человек подсознательно использует слова с теми звуками, которые имеют эмоциональное значение, соответствующее факторам эмоции, владеющей им в данный момент. Радость и удовольствие отражают звуки [а], [л'], [м'], [р']; удивление – [о], [у], [и], [э]; отвращение – [ы]; гнев и ярость – [р] [Романов, 2004, с. 32].

На уровне лексики эмфатизация маркирует группу лексических единиц, выражающих эмоциональные состояния и переживания личности,

называет основные модальности и их градацию (*любить – обожать, недолюбливать - ненавидеть*).

На уровне фразеологии эмфатизация присутствует в экспрессивных свойствах эмотивных фразеологических единиц разных структурных видов: *О, Боже! Господи помилуй! Чёрт возьми! Боже мой! Честное слово!* [Скорик, 2013].

На морфемном уровне – в эмфатических морфемах (*человек – сверхчеловек, полный – переполненный*). На морфологическом уровне – в междометиях и дискурсивах (*ой, ах, ого, прямо, едва, почти, только, конечно*) [Фактуллина, 2019].

На уровне синтаксиса – в структурах экспрессивного синтаксиса (вопросно-ответных, вставных, парцеллированных и сегментированных конструкциях, лексическом повторе с синтаксическим распространением, группах номинативных предложений) и доминантных средствах – фигурах речи расположения (параллелизме, хиазме), прибавления (градации, полиптоте, анафоре, полисинкетоне, эпифоре, симплоке, анадиплозисе) и убавления (зевгме, эллипсисе) [Акимова, 1990, с. 90; Галкина-Федорук, 1958, с. 105].

Графически эмотивность отражается в знаках пунктуации, аудиально – с помощью просодических средств [Жирова, 2007, с. 19].

В устной речи просодия играет главную роль в выражении эмфазы, так как чаще всего репрезентирует индивидуальные эмоционально-модальные диспозиции коммуниканта. Просодические средства выражения эмфазы обеспечивают выразительность звучащей речи, так как говорящий обозначает с их помощью свое отношение к происходящему.

Например, радость выражается громким голосом, высоким тоном, звонким тембром, быстрым темпом речи с малым количеством пауз; решительность объективируется громким голосом, средним тоном, быстрым темпом речи с малым количеством пауз, чётким тембром; удивление

передаётся высоким громким голосом, медленным темпом с большим количеством пауз, визгливым тембром [Романов, 2004].

Эмфатизация, таким образом, доставляет мнение говорящего адресату. Она создаёт особое настроение при восприятии сообщаемого, указывает на степень важности акцентуированных элементов.

К средствам эмфатичности относятся:

1. лексические средства – дискурсивные слова (усиливают и выделяют любой компонент высказывания, присоединяя смысл к необходимой части предложения), частицы, выделительные слова, междометия, местоимение «я»;
2. синтаксические средства – инверсия;
3. графические средства – наклон шрифта;
4. просодические средства – длительность слова, интонационное подчёркивание, паузация, усиление голоса.

Эмфатичность выдвигает на первый план вторичные значения, создаёт новые контекстно обусловленные смыслы, фокусирует внимание адресата на эмоциональном состоянии говорящего с целью получения признания, сочувствия, похвалы или поддержки.

Перформанс. Неотъемлемой частью современной коммуникации является сценарность, театральность или перформанс. Г. Дебор, французский философ, характеризует современное общество как «общество спектакля», «общество распылённого зрелища». Он пишет о том, что социум утратил непосредственность и живёт в рамках сценария, в котором жизнь граждан, функционирование всех социальных, политических, экономических и культурных институтов является частью спектакля [Дебор, 2000].

Коммуникация с учётом данной концепции представляется как обмен информацией, включающий перформанс [Четыркина, 2006]. Р. Шехнер подчёркивает, что современный перформанс основывается на дискурсе обольщения личным участием в процессе создания информационных

продуктов, неограниченными возможностями самореализации посредством сети Интернет в перформативной коммуникации мобильного репортажа, страниц и аккаунтов социальных сетей [Schechner, 2013].

Перформанс – это процессуальный акт его автора, происходящий по собственному сценарию с вовлечением зрителей. В процессе такой коммуникации задействуются аудиовизуальный канал восприятия, усиливающий психологическое воздействие и обостряющий эмоциональные переживания. Перформанс – творческая деятельность, которая воплощает необходимые идеи в определенном ракурсе [Романова, 2014].

По мнению Дж. Остина, перформанс представляет собой перлокутивный акт, в котором в результате говорения достигается определённый результат: внушение, принуждение, запугивание, удивление, обман [Остин, 1986, с. 91]. В парадигме социолингвистики перформанс истолковывается как проявление в межличностном общении театральности, искусности представления социальной роли.

Исполняя перформансы в повседневном общении, коммуниканты пользуются в качестве декораций своим интерьером, домом, имуществом, предметами роскоши, одеждой, украшениями, косметикой. Частью перформанса может быть заранее спланированное и подготовленное поведение – демонстрация отчаяния, радости и прочее. Образно говоря, человек обладает публичной личностью, играющей на сцене [Карасик, 2019; Савицкий, 2023].

Перформативные действия предопределяются этносом и культурно-историческими обстоятельствами.

Перформанс, дискурсивное проявление участников коммуникативного события, первоначально изучался в середине XX столетия в социологии. Э. Гоффман, автор драматургического анализа коммуникации, описал с помощью этого термина акт демонстрации говорящим своего образа окружающим в книге «The Presentation of Self in Everyday Life» [Goffman,

1971]. Далее это понятие, стало употребляться в качестве синонима перформативности в искусствоведении, культурологии и театроведении в значении, что каждый перформанс перформативен. В 1970 г. американский фольклорист и антрополог Р. Бауман определил перформанс как вариант вербального общения, способ говорения [Bauman, 1975, р. 11–12]. В конце XX века, Р. Шехнер, авторитетный теоретик перформанса США, писал о том, что исполнитель перформанса сознательно играет свою роль и одновременно думает о том, каким образом ее лучше всего представить.

Феноменальные события перформанса и перформативности воплощают замысел или выражают идею посредством действия, ритуала, искусства, создавая действительность. Перформанс предполагает наличие актора, реципиента и итеративность, имплицирующую театральность, проявляющуюся как в сценических постановках, так и в обыденных ситуациях общения [Мироненко, 2014]. В работе «Теория коммуникаций», Г.Г. Почепцов пишет о том, что в перформансе присутствует разделение на выступающих и слушателей, роли, предварительная подготовка и гиперболизация [Почепцов, 2001, с. 330–339]. В качестве примеров учёный приводит пиар презентации, церемонии встреч политиков на высшем уровне, вступление в должность президента, публичные похороны знаменитостей, партийные съезды [Там же, 2001, с. 335].

В перформансе говорящий претворяет в жизнь определенный сценарий, спланированную программу действий. В современном мире выделяется несколько видов перформанса: в повседневной реальности (социализация и бытовое общение), практической деятельности, искусстве, сфере развлечений, спорте, игре, предпринимательской деятельности, взаимоотношениях полов, светских и религиозных ритуалах [Schechner, 2013, р. 51].

Существуют спонтанные и спланированные перформансы. В спонтанном перформансе план высказывания складывается по мере

разворачивания коммуникативного события. Коммуниканты при этом могут бороться за смену ролей и стратегии общения, например, в ситуации противостояния. Отрепетированный перформанс несет черты театральности и безупречности исполнения ролей (например, репетиция свадебной церемонии). На когнитивном уровне это закрепляется в концептосфере адресата как концепт исключительность своей личности. Такой личностью полагается восхищаться, какими бы качествами она ни обладала на самом деле.

Перформансы указанного типа нацелены на создание положительного общественного мнения о человеке. Его самопрезентация в роли достойной одобрения личности основывается на демонстрируемых им аргументах о высоком мнении о себе в семье, усердии в труде, любви к окружающим. Адресаты, неотделимая часть перформанса, выступают вербально проявляющими себя реагирующими и оценивающими личностями.

Языковая деятельность перформанса отличается следующими внутренними свойствами: игровое начало (создание и реализация сюжета, ряда событий, противоречий и конфликта), китчевость, зрелищность, взаимодействие, передача психического настроя реципиенту, ритуальный характер.

Для репрезентативного плана дискурса перформанса характерны чёткие временные рамки и неизменный топос. В пределах указанного плана развивается диалог участников коммуникации, во время которого происходит кодирование и декодирование значимых идей и символов, представленных в высказываниях, речах, текстах, изображениях, музыкальном сопровождении, движениях, инсценировках.

Перформанс обладает признаками стратегичности и технологичности. Вербальный и невербальный дискурс перформанса образуется на основе специфических стратегий и приёмов [Плотникова, 2018]. Во время

перформанса говорящий предъявляет коммуникативный «проект», используя стратегии перформативного дискурса.

Выделяют следующие коммуникативные стратегии перформанса: привлечение внимания; вовлечение в коммуникативный процесс; передача психического настроя (необходимых чувств); психологическое влияние (передача идей); психологическое воздействие на сознание (убеждение / внушение); управление мышлением (манипуляция); управление интеракцией (вызывание целевой реакции) [Русакова, 2014].

Арсенал речевых приёмов перформанса составляют: интрига; неожиданная формулировка, вызывающая недоумение; риторический вопрос, подталкивающий к размышлению; эффектный образ, действующий на воображение реципиента; чередование уже существующих фактов и новых рассуждений, подогревающее интерес адресата; средства выразительности речи; цитаты; пословицы, притчи, афоризмы, девизы, яркие фразеологизмы, освежающие привычные стереотипы и оптимизирующие восприятие информации; юмористическая тональность, анекдоты и шутки, которые устанавливают положительный эмоциональный контакт с актором; парадокс; фактор неожиданности; доверительная тональность, создающая у адресата уверенность в порядочности и доброжелательности говорящего [Русакова, 2009, с. 37–38].

Во время восприятия перформанса имеет место эмоциональная реакция: зрители испытывают эмоции и выражают свои положительные (обожание, восторг, умиление) или отрицательные (анттипанию, негодование, волнение) чувства. Привлекательность перформанса объясняется тем, что необычность является новой информацией, притягивающей внимание.

Таким образом, акцентированность вызвана необходимостью трансляции идей и их закрепления в сознании адресата. Рассмотрим категорию демонстративности – преувеличение.

1.1.3. Преувеличение как признак демонстративности

Современное высокотехнологичное, стремительно развивающееся общество предъявляет повышенные требования к качествам индивида. Для человека в число конкурентных преимуществ в настоящее время входят гибкие навыки, креативность, стремление к успеху, активность и способность к эффективной самопрезентации. Чтобы продемонстрировать свои достоинства и удовлетворить базовые психологические потребности в конкурентном мире, коммуниканты используют управление производимым впечатлением посредством преувеличения.

Преувеличение неразрывно связано с демонстративностью, является объектом изучения и представлено рядом работ. Остановимся подробнее на способах объективации категории преувеличения для всестороннего лингвистического анализа.

Преувеличение – это представление чего-то более значимым или драматичным, чем есть на самом деле. По данным толкового словаря, преувеличивать – значит изображать большим, более существенным и важным, чем есть в действительности [ТС]. Эта форма неискренней коммуникации изучается в лингвистике, психолингвистике, философии и психологии методами структурного и логического анализа.

В последнее время, как отмечают исследователи, наблюдается проникновение в русские мировоззренческие установки чуждых культурных норм путём заимствования единиц речи, выражаемых ими концептов и способов самоподачи, что меняет традиционный стереотип верbalного поведения людей [Антипов, Денисова, 2013].

Преувеличение является манипулятивной стратегией демонстративности, используемой для выделения положительных свойств коммуниканта. С помощью аггравации говорящий сознательно конструирует желаемую реальность. Ассертивы, выраженные преувеличением, эффективно

выражают нефакты и внушают слушателю уверенность в правдивости высказывания адресанта.

Говорящие, имеющие активную жизненную позицию и позитивную самооценку, часто преувеличивают свои возможности, степень богатства внутреннего мира, уникальности, индивидуальности, свои достижения, приписывая себе качества, которыми в реальности обладают на невысоком уровне. В процессе коммуникации они демонстрируют компетентность, показывают свое превосходство, проявляют хвастовство [Дейниченко, Машина, 2019, с. 57].

Стилистические возможности средств преувеличения состоят в умышленной гиперболизации для создания интриги или возбуждения интереса, путем эмоционального воздействия на адресата через имеющийся у него жизненный опыт и отношение к какой-либо ситуации. Результат достигается с помощью следующих стилистических средств преувеличения: отклонения от норм верbalного поведения, прилагательных в превосходной степени, риторических фигур хиазма и антитезы, усиливающих высказываемую позицию, выразительных средств гиперболы, метафоры, и эпитетов, выделяющих необходимую информацию и воздействующих на реципиента, псевдо-дефиниций, выражающих оригинальное мнение говорящего, высказываний с отрицанием, глаголов в повелительном наклонении, включающих семантику в действие, модальных глаголов, конкретизирующих сему побудительности [Губарева, Щербина, 2017].

Представленные средства преувеличения по существу являются аффективными. С помощью них коммуниканты оценивают действия и качества в подчёркнуто экспрессивной форме.

Перлокутивной целью введения в заблуждение посредством преувеличения являются три основных компонента: утаить от реципиента истинное намерение, убедить в правдивости демонстрируемой интенции и скрыть оба стремления.

В зависимости от причины, преувеличение делится на три типа:

Тип 1. Непроизвольное преувеличение, спонтанно порождаемое в процессе говорения с озвучиванием своей внутренней речи.

Тип 2. Намеренное преувеличение.

Этот вид неискреннего дискурса коммуникант подготавливает заранее, рассматривает различные его исходы, неоднократно корректирует перед его представлением адресату. Происходит рассогласование между функционированием языкового сознания при подготовке высказывания и его актуализацией. Факт предварительной работы умалчивается, и основной целью адресанта становится имитация естественного общения. Он выступает режиссёром акта коммуникации, формирует «правильное» понимание ситуации остальными участниками.

Тип 3. Периодичное преувеличение имеет место при возникновении коммуникативной необходимости произвести немедленное изменение в сознании своего собеседника.

Семантической основой дискурса лицемерия является выражение мироощущения неискренней языковой личности. На пропозициональном уровне преувеличение связано с произнесением ложных пропозиций и придаче им видимости истинных. Искажая истину ради собственной пользы, коммуникант преподносит преувеличенные чувства и оценки как правдивые и таким образом разыгрывает роль перед реципиентом. Такая передача сознательно приукрашенной информации рассматривается как манипулирование информацией. Преувеличение в любом случае включает в себя неистинность, так как представлять что-либо в более или менее привлекательном виде – значит искажать факты.

Американский психолог, специалист в области межличностного общения и психологии эмоций П. Экман указывает, что время от времени коммуникант преувеличивает из практических соображений, порой имеет место благородная ложь, когда сказать правду может быть хуже, чем скрыть

ее, а иногда придание большей значимости фактам помогает компенсировать отсутствие событий, скуку или спасти ситуацию [Экман, 2016].

Н.Н. Панченко говорит о том, что в содержание термина преувеличение, входят признаки: «актёрство», «обманчивое впечатление» и «лицемерие» [Панченко, 2004]. Таким образом, понятия «обман» и «преувеличение» являются пересекающимися по параметру «неискренность, приводящая к заблуждению».

Преувеличение обладает набором следующих составляющих: говорящий, реципиент, транслируемая преувеличенная информация, контакт, код и контекст. В соответствии с этим, преувеличение может выполнять разнообразные функции:

1. экспрессивную, описывающую качества говорящего, его оценку реципиента и содержания сообщения. В этом случае отправитель преувеличивает осознанно, в связи со сложившимися обстоятельствами;
2. конативную, характеризующуюся направленностью на адресата;
3. эстетическую, выражающуюся в отношении говорящего к звуковому и словесному оформлению высказывания;
4. pragматическую, реализующуюся посредством коммуникативного намерения адресанта приукрасить;
5. функцию толкования смысла с помощью кода, обеспечивающего выгодной для говорящего интерпретацией сообщения реципиентом;
6. денотативную, соотнесённую с темой высказывания;
7. контактную, налаживающую взаимодействие через гипертрофированную похвалу, восхищение, притворство и лицемерие [Палевский, 2012].

Речевая стратегия преувеличения может быть выражена с помощью неискренних экспрессивов, эмотивов и бехабитивов, фальсифицирующих показываемые чувства [Чиглинцева, 2018].

Говорящий формулирует сообщение в зависимости от собственных интересов, с учётом которых он предпочитает стратегию и модель поведения, которая обеспечит ему достижение цели. По мнению Н.Н. Панченко, преувеличение, как проявление неискренности, может выражаться лексико-синтаксическими средствами, коммуникативным действием и эмоциональной реакцией [Панченко, 2010].

Примером коммуникативных действий преувеличения могут служить хвастовство, комплимент, похвала, благодарность, оскорбление, переоценка.

Хвастовство, ориентированное на умаление качеств реципиента и повышение статуса адресанта, бывает эксплицитное и имплицитное. Эксплицитное хвастовство – это автореферентное утверждение, в котором личность преувеличенно заостряет внимание слушателя исключительно на собственных успехах, преимуществах и потенциале в нескольких высказываниях используя комплекс средств: противопоставление (у меня – у тебя), сравнение, гиперболу.

Имплицитное хвастовство реализуется в виде наигранного неудовольствия: сетования на вынужденные расходы, которые, однако, он в состоянии себе позволить.

Тексты рекламы и политические речи строятся на преувеличении, поскольку адресантам необходимо представить положение дел с самой выгодной стороны.

Необходимо разграничивать позитивное и негативное преувеличение. Ю.Б. Кузьменкова и Т.В. Ларина рассматривают речевые действия с использованием средств преувеличения для выражения комплимента, похвалы, благодарности собеседнику как способ самовосхваления: «Я хочу, чтобы ты заметил, насколько я воспитан» [Кузьменкова, 2005; Ларина, 2003].

Прямой комплимент высказывается, как правило, в форме утверждения, косвенный – в виде вопросительного предложения или сравнения [Иссерс, 2008 с. 186–187].

Комплимент обозначается лексическими единицами с положительной коннотацией, а также фразами нейтрального характера, в которых присутствует метафора, основанная на переносе положительных представлений о явлениях данной лингвокультуры: нравственные и этические идеалы из концептуальных сфер дружбы, красоты, добродетели и т. д., всего того, что одобряемо обществом. Средства преувеличения положительных намерений, делающие высказывание менее резким, принадлежат модусу вежливости.

Преувеличение употребляют и для выражения негативной оценки, оскорбления и принижения достоинства интерактантов. Собеседнику навязываются причиняющие обиду прозвища и характеристики.

Всё нелестно сказанное реципиенту понимается им как нанесение ущерба его репутации. Отдельный вид преувеличения составляют оскорбления, основанные на социальной диспропорции, нацеленные на стигматизацию одного человека другим по половому, возрастному, расовому и должностному признаку.

Преувеличение определяет характер речевого взаимодействия, направленного на сближение или дистанцирование участников коммуникации. Средства преувеличения отрицательных интенций, обозначающие безапелляционность речевых действий говорящего, оформляют вербальное поведение в модусе агрессивности [Глушак, 2012].

Традиционным приёмом коммуникации в британской лингвокультуре является приём переоценки, основанной на преувеличении. Важной характеристикой общения англичан является стремление к получению одобрения собеседника [Маскальчук, 2015]. Усилителями выступают эмоционально маркированные глаголы и прилагательные (*ненавидеть, обожать, до смерти желать, потрясающий, великолепный*), клишированные фразы (*я убью тебя = я сильно рассержусь*), наречия-интенсификаторы (*действительно, просто*), семантические и

грамматические суперлативы (*чудесный, добрейший*), используемые вместо нейтральных лексических единиц: *Кора была абсолютно великолепна!* Преувеличивают как положительные, так и отрицательные эмоции, причём пользуются также техникой двойной переоценки [Клюев, 1998; Тер-Минасова, 2000].

Для целей нашего исследования, в связи с изложенным, значимым является вывод о том, что посредством преувеличения говорящий проецирует собственные эмоции и убеждения на других людей, добивается к себе внимания и признания своего превосходства.

1.2. Коммуникативная тональность как предмет лингвистического исследования

Процесс социального взаимодействия языковой личности понимается как речевая деятельность, осуществляемая индивидом в рамках конкретных обстоятельств, с чёткими целями и мотивами и с помощью особых средств языка, содержащих специальные вербальные знаки, которые принадлежат к той или иной тональности. Коммуникативная категория тональности содержится в эмоциональных доминантах утверждений коммуниканта и выражается в речи в виде языковых и речевых средств.

Явление коммуникативной тональности является предметом научного обсуждения в зарубежных и отечественных исследованиях и в настоящее время все больше вызывает интерес ученых.

В русскоязычных словарях тональность трактуется как особенность звучания голоса, градация тембра в речи, словесная гармония, эмоциональная настроенность речи, основное настроение художественного произведения [СРЛЯ; ТС].

Тональность и тон сопровождают любую деятельность человека. Содержащиеся в тональности эмоциональность и оценочность являются

составляющей частью субъективной модальности, получая выражение в дискурсе с помощью сопровождающих ее языковых элементов. Однако тональность не является синонимом модальности по нескольким причинам. Во-первых, в основе модальности лежат логические суждения, тогда как в основе тональности находятся мотивы и цели автора высказывания. Во-вторых, модальность относится к категории мышления, а тональность – к категориям сознания, подсознания и психических проявлений. Тональность является транслятором чувств и эстетических ценностей человека. В-третьих, тональность непостоянна: она не одинаково передаёт любую модальность в речи с помощью просодических средств, в зависимости от отношения коммуникантов к ситуации и друг к другу. Тональность всегда субъективна, потому что показывает оценку говорящим реальности, своего собеседника, ситуации общения и себя. В тональности заключается эмотивная функция языка. Это основная категория выражения эмоций. В общении говорящий демонстрирует разные чувства и передаёт их в речи с помощью тональности, которая является формой языкового сознания, отвечающей за концептуализацию окружающего мира [Болдырев, 2005].

Суть коммуникативной тональности заключается в том, что говорящий, согласно своему коммуникативному намерению и конкретной коммуникативной тональности сообщения, выбирает соответствующие им языковые единицы, которые могли бы быть правильно поняты адресатом. Для осуществления адекватной интерпретации получаемой информации, адресат и адресант должны обладать общим знанием языка, культурной картины мира, фреймов, категорий, концептов, сценариев разных речевых жанров и дискурсов, определяемых коммуникативными стратегиями.

Следовательно, коммуникативная тональность задаётся такими факторами, как: мотив, стратегии, культурный, социальный и интеллектуальный уровни говорящего, знание языка и его норм, общение в форме диалога, система межличностных установок, ориентаций, ожиданий

коммуникантов, коммуникативная сфера, обстоятельства взаимодействия, наличие симпатии / антипатии к адресату, социально-демографическая характеристика коммуникантов, положение в межличностной иерархии, паралингвистические средства коммуникации, факторы, снижающие качество коммуникации, стиль речи и др. [Тупикова, 2010].

М. Халлидей считает тональностью стиль речи и регистр, которые задаются, исходя из возрастной или социальной иерархии, степени знакомства и сходства личностных черт субъектов общения [Halliday, 1978].

Е.Ф. Тарасов определяет коммуникативную тональность как возвышенную, нейтральную, обиходную или вульгарную окраску речи [Тарасов, 2010]. Т.О. Багдасарян относит коммуникативную тональность к виду субъективной модальности, показывающей отношение коммуниканта к окружающей действительности, произносимому, адресату, себе и влияющей на оформление смысла высказывания в агрессивном, безразличном, вежливом, взволнованном, восторженном, враждебном, вызывающем, грубом, грустном, дружелюбном, завистливом, задумчивом, испуганном, ласковом, мечтательном, надменном, настойчивом, недоверчивом, обидчивом, осторожном, отрешенном, официальном, пессимистическом, пренебрежительном, притворном, радостном, раздраженном, решительном, саркастическом, серьезном, таинственном, тревожном, удивленном, хвастливом, шутливом ключе [Багдасарян, 2000, с. 4, 16-17]. Ю. Р. Хабибрахманова трактует коммуникативную тональность как передачу эмоциональной окраски высказывания [Хабибрахманова, 2004, с.181]. С. Е. Тупикова под коммуникативной тональностью понимает когнитивно-прагматический, эмоционально-стилевой и жанровый формат общения, обусловленный культурной ситуацией, возникающий в ходе взаимодействия говорящих, определяющий их установки и выбор всех средств общения [Тупикова, 2010].

В нашем исследовании мы основываемся на формулировке понятия коммуникативной тональности, предложенной В.И. Карасиком: коммуникативная тональность – это культурнообусловленный и соотносящийся с принятыми в обществе типами дискурса эмоционально-стилевой вид общения, рождающийся при осуществлении взаимовлияния говорящих и определяющий их установки и средства общения [Карасик, 2014]. Коммуникативная тональность, отражающая опыт общения субъекта, является сложным коммуникативным явлением, влияющим на оформление, протекание и результат дискурса [Карасик, 2017].

Говоря о функции коммуникативной тональности, следует отметить, что с её помощью говорящий может передать личное отношение к действительности, оценку событий, стремление оказать влияние на реципиента и описать своё эмоциональное состояние [Багдасарян, 2000; Туликова, 2007].

Центральным механизмом реализации коммуникативной тональности в речи является когнитивная операция инференции. Механизм восстановления скрытого смысла основан на выходе за пределы прямого значения лексических единиц. Установлению способов, с помощью которых коммуниканты, внешне соблюдая приличия, скрывают настоящие чувства по отношению к адресату или, наоборот, выражают отрицательные чувства прямо помогает анализ контекста. Интерпретативность тональности реализуется через когнитивные механизмы, например – метафору. Также невозможно определить коммуникативную тональность вне лингвистических знаков, концептов, ключевых слов, без учёта эмоциональной и оценочной лексики, средств неверbalной коммуникации, понятий гармоничности и дисгармоничности верbalного взаимодействия.

Коммуникативный феномен тональности межличностного общения связывает произносимое утверждение с социокультурной ситуацией [Фрейдина, 2015].

Так, национально обусловленная специфика британской лингвокультуры, к которой относятся самообладание, недосказанность, дистанцирование, почтительность, ироничность, подталкивает коммуникантов к выбору конкретных коммуникативных стратегий с их лексико-сintаксическими, стилистическими языковыми средствами, входящими в определенную коммуникативную тональность.

Тональность носит двусторонний характер в связи с тем, что она формируется и адресатом, и реципиентом.

Имеющиеся в научной литературе определения и описания свойств коммуникативной тональности говорят о том, что этот феномен сочетает эмоциональное отношение к фактам действительности и соответствующее стилистическое оформление речи. Коммуникант воспроизводит и воспринимает когнитивную, культурную и прагматическую совокупность сведений и ценности, представляя их возвучной тональности.

Являясь конверсационной импликатурой по своей природе, коммуникативная тональность – трудно определяемый феномен, который в отдельных случаях может не иметь речевых маркеров в высказывании, тем самым давая возможность разной интерпретации реципиентом концептуального содержания и выведения на этой основе смысла произносимого [Тупикова, 2010].

По мнению Е.Л. Фрейдиной, сложность научного рассмотрения коммуникативной категории тональности и ее вербальных проявлений детерминирована несколькими причинами: сложностью соотнесения с конкретным речевым жанром, изменчивостью в процессе коммуникации, отсутствием очевидных вербальных маркеров, позволяющих идентифицировать её тип.

В одном высказывании могут присутствовать несколько тональностей, создающих общую эмоциональную окраску разговора [Тагильцева, 2006]. Например, в бытовой речи может сочетаться дружеская и агрессивная

тональность. Дискурс конфликта может комбинировать враждебную и ироническую тональность [Фрейдина, 2015].

Тональность соотносится с такими характеристиками общения, как тон голоса, по которому реципиент оценивает тональность взаимодействия адресанта. Модуляция голоса выполняет в коммуникации регулятивную функцию и связана со стилем ведения диалога [Крейдлин, 2000, с. 497]. Следовательно, отражая социальные характеристики и взаимоотношения участников беседы, данный параметр одновременно является средством формирования тональности общения.

Мелодика высказывания, в первую очередь её ядерный тон, реализуя большой спектр эмоционально-модальных смыслов, передаёт разные оттенки значений: нисходяще-восходящий тон – чувство общности интересов, ровный тон – доброжелательную тональность общения [Brazil, 1997, с. 79].

Интонация информирует обо всей совокупности отношений в ходе разговора коммуникантов. Просодические средства выступают в качестве аранжировки слов. Когнитивные механизмы, обеспечивающие их понимание реципиентом, предполагают следующие этапы категоризации звучащей речи: 1) восприятие утверждения; 2) осмысливание средств построения высказывания; 3) классификация языковых явлений; 4) построение ассоциаций; 5) категоризация; 6) детекция фоносемантической тональности. Восприятие связано с распознаванием и передачей знаков в кору головного мозга адресата.

В процессе объективации концепт в сознании реципиента трансформируется из образа чувственного восприятия в мыслительный, проходит процессы категоризации и стандартизации психическими механизмами речевой деятельности [Берестнев, 1997].

Коммуникативная тональность реализуется в продуктах речи с помощью применения разнообразных средств – от жестов, мелодики,

графики в письменной коммуникации до языковых. Коммуникативная тональность актуализируется на всех языковых уровнях:

1. морфологическом – в междометиях, формах повелительного наклонения глаголов, вводных словах с эмоциональным компонентом;
2. лексическом – в эмоционально-экспрессивных единицах, тропах, фразеологических и квазифразеологических оборотах, эвфемизмах, разговорных словах;
3. синтаксическом – в инверсии, повторе, употреблении обособленных членов предложения, риторических вопросах, восклицательных предложениях, экспрессивной пунктуации;
4. фоносемантическом – в звуках, ассоциированных с культурными символами [Тупикова, 2010].

Лексико-синтаксические и стилистические маркеры основных типов коммуникативной тональности отражены в типах дискурса и стилях общения [Карасик, 2017].

В.И. Карасик разработал основание для классификации типов коммуникативной тональности:

1. по смыслу: а) одноплановый / многоплановый; б) заданный / открытый;
2. по виду общения: а) серьезное / несерьезное; б) кооперативное / конфликтное; в) приоритет содержания / формы общения;
3. по тематике: а) конкретная / отвлеченная.

Руководствуясь данными критериями, учёный выделяет идеологическую, информативную, статусную, торжественную, фасцинативную, фатическую, шутливую тональности [Там же, 2017].

Информативная тональность трактуется как серьезное общение с целью трансляции информации. Статусная тональность понимается как демонстрация неравноправности участников диалога.

Торжественная тональность подчёркивает групповую идентичность посредством ритуальных действий. Высказывания в идеологическом ключе характерны для коммуникантов, заботящихся о соответствии своему социальному статусу.

Фасцинативная перцепция верbalной информации связана с эстетическим восприятием широкого спектра коммуникативных интенций.

Фатическая интерпретация речевого произведения подразумевает использование сентенций в качестве средства для эффективного ведения беседы.

Шутливая коммуникативная тональность сфокусирована на создании комического эффекта путём сочетания лексических единиц высокого и низкого регистров [Карасик, 2017].

Е.Л. Фрейдина подразделяет тональность на функциональную и межличностную. Функциональную коммуникативную тональность, стилизацию исследователь связывает с намеченной говорящим целью взаимодействия и набором средств языка для её реализации. Межличностная тональность характеризует отношения между сторонами диалога, которые оцениваются по шкалам: формальные – неформальные, доброжелательные – враждебные, уважительные – пренебрежительные, кооперативные – конфликтные и другие и реализует определенный настрой на восприятие сообщаемой информации [Фрейдина, 2015].

В процессе общения оба вида коммуникативной тональности тесно переплетаются [Там же, 2015].

По мнению С.С. Тахтаровой, тональность, сопровождающая любой отрезок речи, к какой бы области деятельности он ни относился, является феноменом культуры и поэтому не может рассматриваться вне последней. В связи с этим, по аналогии с лингвокогнитивными и лингвокультурологическими концептами, выделяется лингвокогнитивная и лингвокультурологическая коммуникативная тональность [Тахтарова, 2010].

Обзор лингвистических работ последних 20 лет, показал, что исследователи изучили 30 общих и 22 частных типа коммуникативной тональности, руководствуясь прагматическим подходом.

Обобщим имеющиеся разрозненные научные данные по типам коммуникативных тональностей, представленных в научных публикациях, в виде сводных таблиц.

Таблица 1.

Общие типы коммуникативных тональностей

1. По доминирующей эмоции общения

положительной	отрицательной	нейтральной
горделивая	агрессивная	индифферентная
оптимистическая	боязливая	
положительная	тревожная	
	пессимистическая	

Агрессивная тональность – выражение враждебности и гнева, умышленно деструктивное вербальное поведение, устрашающее собеседника.

Боязливая тональность – общение, отражающее боязнь реальности и поиск подтверждения собственных страхов в межличностном взаимодействии.

Тревожная тональность – сфокусированность разговора на отрицательных чувствах, ожидании негативных событий.

Горделивая тональность – радость за свои достижения и самовосхваление.

Оптимистическая тональность – общение, отражающее ощущение счастья и настроенность на положительный исход любой ситуации.

Положительная – передача в разговоре удовлетворенности настоящим.

Пессимистическая тональность – общение, демонстрирующее отрицательное отношение к жизни, сопровождающееся негативными комментариями происходящих событий.

Индифферентная тональность – верbalное выражение безучастного отношения к происходящему.

С нашей точки зрения, общее количество потенциально возможных коммуникативных тональностей равняется числу эмоций, которые может испытывать человек.

К. Изард выделил десять базовых человеческих эмоций:

1. положительные – возбуждение, радость, удивление;

2. отрицательные – страдание, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд и вина. Каждая из двух групп задаёт диапазон состояний по степени выраженности. Например, радость включает в себя удовлетворение, восторг, ликование, экстаз и другие. При сочетании нескольких базовых эмоций возникают комплексные эмоциональные состояния: тревожность содержит страх, гнев, вину и интерес [Изард, 2006].

Р. Плутчик создал диаграмму эмоционального спектра из восьми основных и производных от них эмоций – «Колесо эмоций» (Схема 4) [Plutchik, 1991].

Согласно этой схеме основные эмоции могут объединяться в четыре противоположные пары: гнев – ужас; горе – восторг; изумление – настороженность; восхищение – отвращение. В центре диаграммы находятся сильные переживания, за ними – базовые, затем на внешнем круге – сложные.

Схема 4 показывает существование большого количества эмоций, испытываемых человеком, которые он выражает словами, интонацией, движениями тела и поведением.

Р. Плутчик с помощью колеса определил 24 первичные, вторичные и третичные диады (чувства, сочетающие две эмоции). 24 диады и 32 триады вместе образовали 56 эмоций [Там же, 1991]. Схема 4:

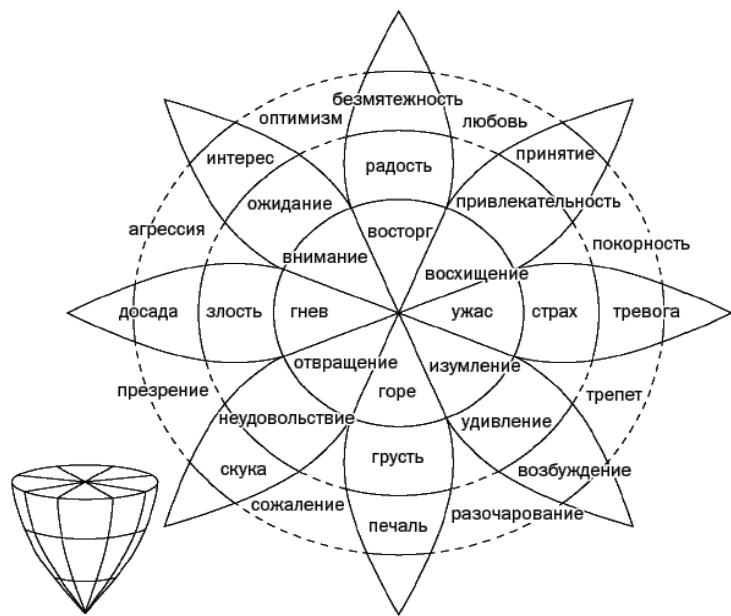


Схема 4. Колесо эмоций Р. Плутчика

Наиболее полной современной классификацией эмоций является типология Т. У. Смит, включающая 154 человеческие эмоции, которые подробно изложены в её работе «The Book of Human Emotions» [Smith, 2016].

Таблица 2.

Общие типы коммуникативных тональностей

(продолжение)

2. По речевой стратегии

информирование (оценка)	убеждение (апелляция к разуму)	внушение (апелляция к чувствам)	побуждение (мотивация адресата)
гипотетическая	эзотерическая	гипертрофированная	манипулятивная

идеологическая	дидактическая	дружелюбная	игровая
пародийная		лирическая	императивная
ироническая		фамильярная	дидактическая
менторская		юмористическая	
уничижительная		сочувствия	
обиходно-		эмотивная	
практическая		эстетическая	

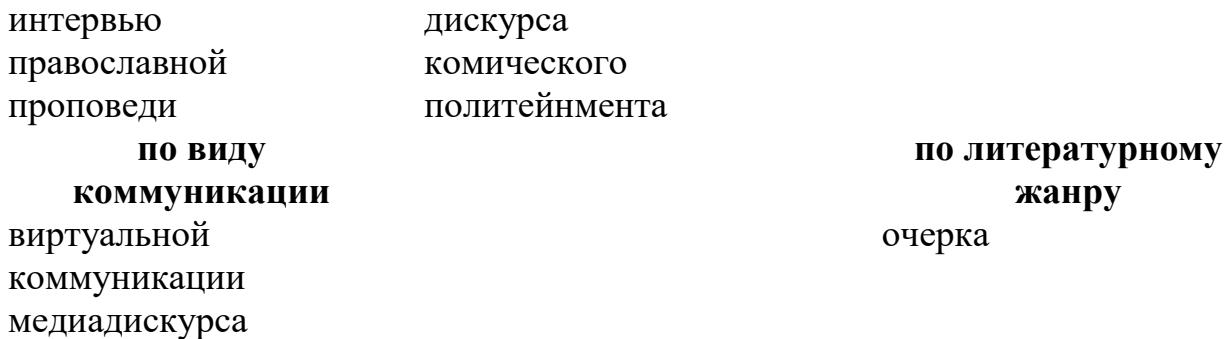
Гипотетическая тональность – обсуждение предположений с целью нахождения истины. Идеологическая тональность – общение, выражающее мировоззрение и идеалы носителей целенаправленного политического действия. Пародийная тональность – взаимодействие, в котором высмеивается первичный текст-оригинал в виде карикатурной имитации. Ироническая тональность – высмеивание партнёра. Менторская тональность – жёсткая критика и контроль поведения партнёра, с целью демонстрации собственного превосходства. Уничижительная тональность – беседа, направленная на вербальное оскорблечение и унижение адресата. Обиходно-практическая тональность – устный эмоциональный, субъективно-оценочный вариант коммуникации, имеющий предметное содержание и часто выходящий за рамки стилистических и этикетных норм. Эзотерическая тональность – экзальтированное общение, с целью детекции и толкования тайных знаков сакрального мира. Дидактическая тональность – общение, в котором находит отражение эмоционально-волевая установка говорящего на поучение слушателя. Гипертрофированная тональность – общение, характеризующееся аффективным реагированием на нейтральные события. Дружелюбная тональность – вербальное доказательство дружеского расположения и поддержки реципиента. Лирическая тональность – общение, в котором преобладает деликатность и сентиментальность в оценке внешнего мира, вызывающее сочувствие у слушателя. Фамильярная тональность – планомерно выстроенное средствами эпатирования коммуникативное поведение для целенаправленного стирания дистанции между

коммуникантами с целью вхождения «в круг своих». Юмористическая тональность – настроенность участников диалога на шутливое переосмысление событий и ценностей, расположеннность к смеху. Тональность сочувствия – это совместное вербальное сопереживание бедствия или нужды, выражение понимания страдания адресата. Эмотивная тональность – эмоциональное выражение своих переживаний, оценки ситуации или эмоциональное воздействие на реципиента. Эстетическая тональность – эмоционально-оценочный отзыв автора о герое, событии или явлении. Манипулятивная тональность – общение, ориентированное на введение слушателя в заблуждение посредством оказания на него эмоционального воздействия. Игровая тональность – способ окрашивания высказываний в дополнительные эмоционально-оценочные или стилистические тона посредством вербальных маркеров, указывающих на интерпретативную двуплановость пропозиций. Императивная тональность – асимметричное общение, выраженное в эмоциональном доминировании и навязывании говорящим своей воли адресату с помощью вербальных и невербальных средств [Могилевская, 2008; Брыжина, 2009; Смирнова, 2009; Горецкий, 2009; Морозова, 2013; Иванова, Ярмахова, 2014; Никитина, Данилова, 2014; Сергеева, Стриганкова, 2014; Тупикова, 2015; Филатова, 2015; Петрова, 2015; Тупикова, Семухина, 2016; Тупикова, 2016; Васильева, Иванова, 2020; Комлев, 2020; Герман, 2021; Лихачёва, 2021].

Таблица 3.

Частные типы коммуникативных тональностей

по речевым жанрам	по типам дискурса	по стилю текста
диссонансная	субъективная	публицистического
унисонная	рекламного дискурса	текста
публичной речи	туристического дискурса	эзотерического текста
просьбы	религиозного дискурса	научного текста
запрета	эзотерического дискурса	художественного
комplимента	терапевтического	текста



[Дементьев, 1997; Хабибрахманова, 2004; Фрейдина, 2015; Аристова, 2006; Тагильцева, 2006; Туликова, 2007; Галичкина, 2009; Кочетова, 2011; Поддубнова, 2012; Ицкович, 2012; Карасик, 2014; Калашникова, 2015; Митягина, 2015; Семухина, 2016; Новоженова, 2016; Лосева, Фуфурина, 2021; Ильинова, Цинкерман, 2021; Шишкина, 2021; Гринева, 2021; Мухаметдинова, 2022].

Тональность интеракции может определяться на основании двух подходов:

- 1) по эмоционально-стилевому подходу к ситуациям общения;
- 2) по наречию образа действия, который уточняет глагол речи (горячий сказал это как?). Сколько наречий существует в языке, столько возможно выявить и тональностей взаимодействия.

Коммуникативная функция языка проявляется в трех субфункциях: воздействия, информирования и (не) намеренного самовыражения.

Среди коммуникативных тональностей мы выделяем демонстративность как одну из тональностей, отражающую отношение говорящего к адресату, ситуации и тексту, который он производит.

На основании представленной информации, а также данных о конститутивных признаках феномена коммуникативной тональности – интенциональности, интерпретативности, оценочности и эмоциональности, сформулируем определение понятия демонстративной тональности.

Демонстративная тональность – это эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся установками на самопрезентацию, неискренность с тенденцией к преувеличению своих качеств, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых посредством семиотической полимодальности.

Система коммуникативных тональностей. На основе теоретического допущения выведем гипотезу о наличии системы коммуникативных тональностей для определения места демонстративной тональности и построения её модели. В лингвистике сложных знаковых систем для выявления, всестороннего объяснения и полноценного описания комплексных явлений необходимо применение междисциплинарного подхода, позволяющего снять имеющиеся ограничения путем привлечения выводов нелингвистической парадигмы. Обратимся к синтезу подходов социально-гуманитарных, естественных и точных наук: психологии (теории дифференциальных эмоций), структурной лингвистики (концепции «языковых полей»), лингвосинергетики (процессам самоорганизации и саморегуляции в языковых системах), биологии (теории мобильных элементов) и математики (теории множеств, теории математических групп, математической логике).

Представленные выше классификации показывают функционирование четырех структурных типов гетерогенных коммуникативных тональностей с общим элементом: унарных, бинарных, многокомпонентных и одного метаструктурного.

Тип 1. Унарные тональности.

Элементы: *унарные элементы* (однокомпонентные), состоящие из одной простой эмоции. Согласно теории К. Изарда, простых эмоций десять: радость, интерес, удивление, стыд, вина, гнев, презрение, отвращение, горе, страх [Изард, 2006]. Они образуют основу всех тональных разновидностей взаимодействия. Рис. 3:



Рис. 3. Элемент унарной коммуникативной тональности

Функции:

- 1) обозначение первичной эмоциональной реакции;
- 2) формирование основного эмоционального фона коммуникации / сообщения.

Пример: боязливая коммуникативная тональность (страх).

Тип 2. Бинарные тональности.

Элементы: *бинарные элементы* (двухкомпонентные), состоящие из:

- а) смешанной эмоции (простая эмоция + простая эмоция);
- б) простой эмоции в сочетании с когнитивным процессом (простая эмоция + когнитивный процесс) или смешанной эмоции в сочетании с когнитивным процессом (простая эмоция + простая эмоция + когнитивный процесс). Рис. 4:

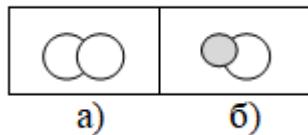


Рис. 4. Элементы бинарной коммуникативной тональности

Функции:

- 1) оценка ситуации;
- 2) регуляция сложных коммуникативных ситуаций.

Пример: агрессивная коммуникативная тональность (гнев + отвращение = агрессия), коммуникативная тональность сочувствия (печаль + понимание чужого страдания = сочувствие).

Тип 3. Многокомпонентные тональности.

Элементы: *многокомпонентные* элементы состоят из сочетания простой /сложной эмоции с когнитивным процессом и интенцией (простая /сложная эмоция + когнитивный процесс + интенция). Рис. 5:

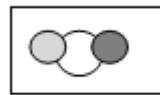


Рис. 5. Элемент многокомпонентной тональности

Функции:

- 1) интерпретация коммуникативного процесса;
- 2) формирование устойчивых паттернов речевого поведения.

Пример: дружелюбная коммуникативная тональность (радость + интерес + эмпатия + установление/поддержание позитивных отношений = дружелюбие).

Тип 4. Метатональность.

Элементы: *метаструктурный* элемент состоит из коммуникативной тональности + самопрезентация + преувеличение + акцентированность. Рис. 6:



Рис. 6. Метатональность

Функции:

- 1) реализация сложных коммуникативных стратегий;
- 2) целенаправленное управление коммуникативной ситуацией.

Пример: демонстративная тональность.

Множество однородных коммуникативных тональностей каждого типа могут быть объединены в тональные микрополя. Рис. 7:

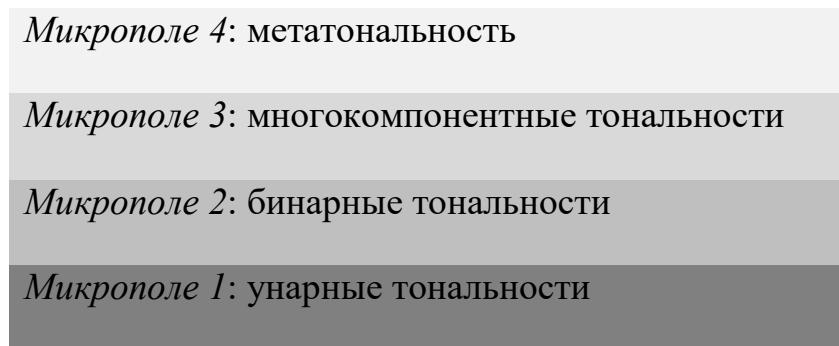


Рис. 7. Тональные микрополя

Микрополе 1 на Рис. 7 содержит общие параметры для других микрополей, обеспечивает формирование тональной доминанты необходимой для существования коммуникативных тональностей Микрополей 2-4. Так как Микрополе 1 управляет остальными микрополями, оно обладает характеристиками ядерного компонента.

Рассмотрим Микрополе 4. Согласно положениям теории полей в математике, «любое поле содержит, по крайней мере, два элемента: 0 и 1» [Зельвенский, 1997, с. 20]. Элемент 1 коррелирует с метатональностью «коммуникативная демонстративность». Для элемента 1 существует элемент 0, обеспечивающий структуру поля и отвечающий за нейтральность [Steinitz, 1910]. Нейтральным элементом 0 является нулевая демонстративность – отсутствие демонстративности, показного, аттрактивного поведения и стремления привлечь к себе внимание, отражающее социально-культурную норму, адаптивное и гармоничное психологическое состояние говорящего [Балашова, Ковязина, 2016].

Микрополе 4 также имеет системность, интегральный тональный компонент, но отличается по объёму от других микрополей [Титс, 1957].

Руководствуясь концепцией «языковых полей», разработанной Г. Ипсеном в работе «Der Alte Orient und die Indogermanen» (1924) [Ipsen, 1924], мы рассматриваем тональные микрополя как часть общего тонального поля, по следующим основаниям:

- микрополя составляют целостную систему, демонстрирующую существование в общем тональном пространстве ядра и периферии с ослабленными признаками, что подтверждает наличие структурированности тонального поля;
- ядерным элементом является множество из 10 унарных тонов, которое является началом иерархической структуры и обеспечивает ее единство и упорядоченность;
- микрополя связаны между собой системными отношениями (взаимное расположение, функциональная связь, видовые связи) и образуют иерархию, где более высокие уровни включают в себя характеристики предыдущих, добавляя новые качественные характеристики и функциональные возможности;
- значение каждой коммуникативной тональности в общем поле определяется через отношения с другими коммуникативными тональностями;
- тональное поле обеспечивает взаимозависимость и взаимодополнение тональностей;
- компоненты тонального поля имеют план содержания и план выражения.

На основании изложенного, определим содержание понятия «тональное поле». *Тональное поле* – это структурированная система взаимосвязанных микрополей, состоящих из гомогенных коммуникативных тональностей, организованных вокруг ядра из базовых 10 унарных тонов, с иерархическими отношениями, обеспечивающая эмоционально-стилевой

формат общения между людьми и выражение ими субъективно-оценочного отношения к себе, друг к другу и к предмету речи в процессе взаимодействия.

Таким образом, по совокупности характеристик система коммуникативных тональностей представляет собой *моноцентрическое иерархическое тональное поле* [Верещагин, Шень, 2017]. Рис. 8:

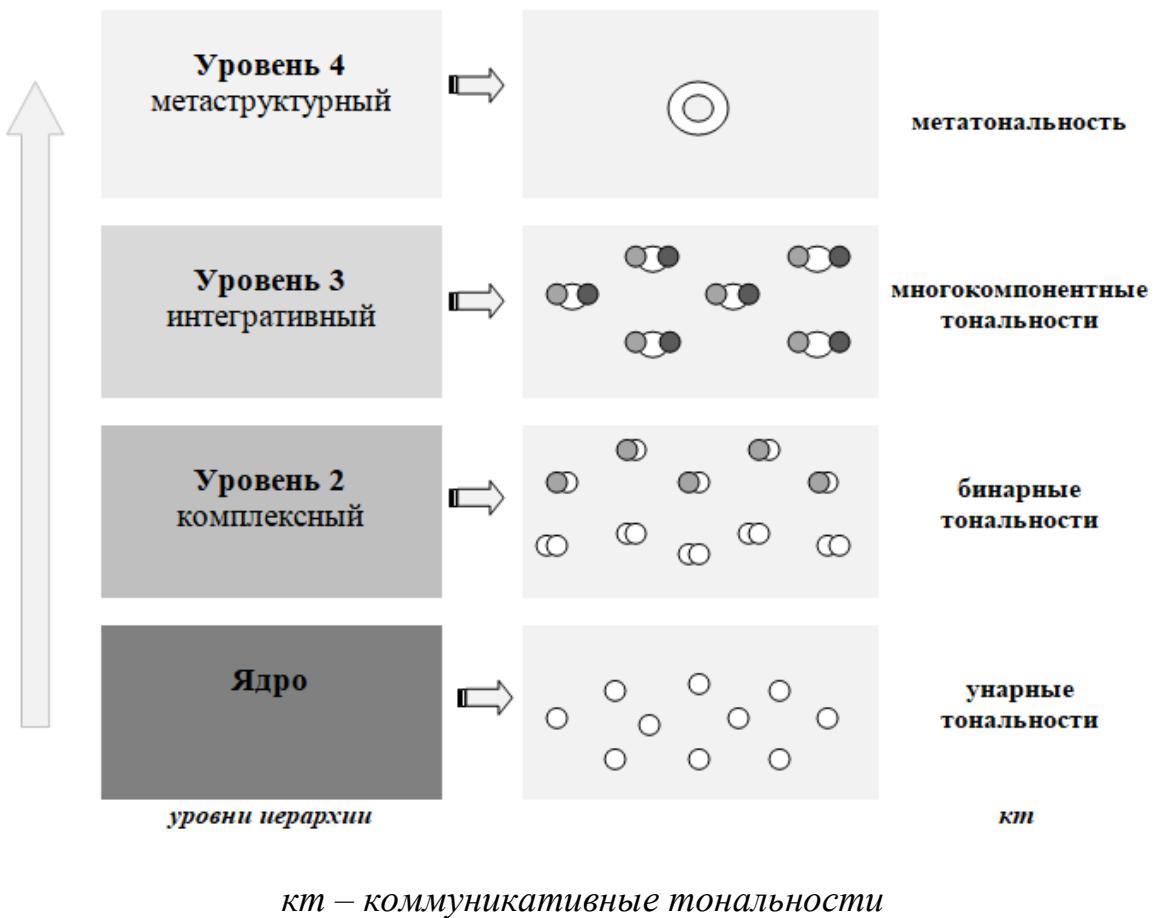


Рис. 8. Структура поля коммуникативных тональностей

Место демонстративной тональности в системе коммуникативных тональностей

В иерархии коммуникативных тональностей демонстративная тональность расположена на верхнем уровне системы и представляет собой

метатональность, обладающую собственной структурой, средствами выражения, связями, функциями и характеризуется гибкостью, адаптируемостью и алгоритмичностью.

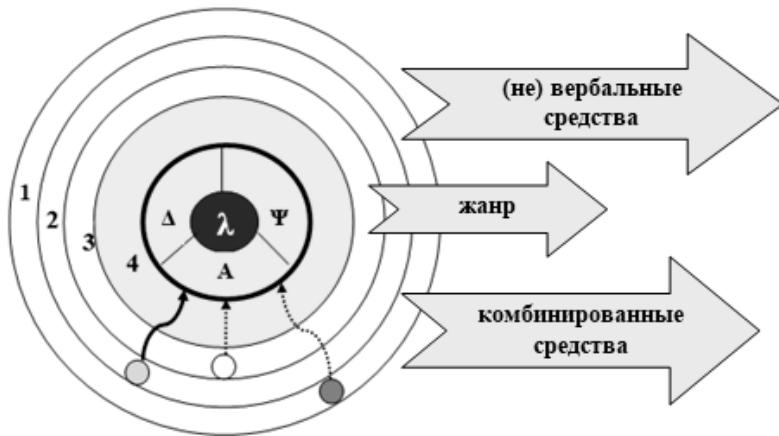
Демонстративная тональность включает в себя вариативный подвижный (коммуникативные тональности Уровней 1-3, участвующие в процессе транспозиции) и инвариантные компоненты (самопрезентация, акцентированность, преувеличение). Образование демонстративной тональности основывается на сходном с биологическим механизме транспонирования элементов внутри системы, описанном в работе В.А. Кунах «Мобильные генетические элементы и пластичность генома растений» (2013), в которой говорится о существовании процесса вырезания транспозона из одного участка ДНК и его вставки в другой участок генома [Кунах, 2013]. Применим полученные данные для выявления и описания механизма образования коммуникативной демонстративности.

Механизм образования демонстративной тональности

Метатональность может содержать любую из коммуникативных тональностей, в зависимости от воли коммуниканта.

На первом этапе формирования коммуникативной демонстративности в ходе взаимодействия внутренний или внешний стимулы-катализаторы (собственная или чужая значимая эмоция, интенция – мотивационный ресурс) создают психическую энергию, активизирующую когнитивную систему и приводящую ее в динамическое состояние [Бронник, 2008, с. 30].

На втором этапе сущностные характеристики коммуникативных тональностей Уровней 1-3, попадая в кумулятивное ядро демонстративной тональности в результате транспозиции и инсерции, сочетаются с ее ядерными элементами посредством синергетических связей, достигая эффекта, превышающего сумму взятых по отдельности. Далее происходит передача информации комплексом средств выражения. Рис. 9:



1-4 – уровни иерархии коммуникативных тональностей

λ – кумулятивное ядро демонстративной тональности

Ψ – самопрезентация

Δ – преувеличение

A – акцентированность

—→ — проводящие пути передачи тона

○ — коммуникативная тональность

Рис. 9. Механизм образования демонстративной тональности

Такое сочетание элементов позволяет их свободно комбинировать, создавая типы и разновидности демонстративной тональности.

Рассмотрим в качестве примера транспозицию коммуникативной тональности со второго уровня тонального поля:

- (1) Эксперты отмечают, что ситуация в стране **продолжает ухудшаться**: уровень преступности растёт, экономические перспективы **остаются мрачными**, а большинство социальных программ фактически **не работают**. Всё это приводит к **ощущению безысходности и тревоги за будущее** [Пример типового аналитического высказывания в массово-информационном дискурсе].

В данном высказывании (1) пессимистическая коммуникативная тональность относится ко второму уровню иерархии коммуникативных тональностей и выражается пейоративным эпитетом (мрачные перспективы), глаголами и существительными с отрицательной коннотацией (ухудшаться, не работают; безысходность, тревога), акцентируя внимание реципиентов на проблемах и создавая атмосферу сомнения и отсутствия надежды на улучшение ситуации. Это утверждение не является демонстративным, так как не обладает его ключевыми свойствами: самопрезентацией, преувеличением и акцентированностью. Сущностными характеристиками пессимистической тональности являются грусть, страх, разочарование, и ожидание неблагоприятного исхода (простая эмоция + простая эмоция + когнитивный процесс).

Демонстративная коммуникативная тональность, содержащая пессимистическую коммуникативную тональность:

(2) Отец (дочери 12 лет): Это ты вылила чернильницу на голову брата??!

Сын: Смотри, что она со мной сделала!

Отец (дочери): Как ты могла так поступить?! Иди в свою комнату!!!

Дочь: Я – в свою комнату? Почему? Я знала, что вы все, все ненавидите и не любите меня!!! [х/ф «Маленький домик в прериях», 1976, www].

В данном примере характеристики пессимистической коммуникативной тональности дополняются ядерными характеристиками демонстративной коммуникативной тональности и образуют неакцентированную манипулятивную отрицательную разновидность коммуникативной демонстративности, реализуемую я-модальностью, страдательным залогом, эмоциональным синтаксисом, лексическим повтором и пейоративными глаголами (ненавидите, не любите). Посредством демонстративной тональности девочка показывает своё отчаянное

положение, позиционирует себя обиженной и непонятой с целью вызвать у отца желание её защитить, несмотря на её проступок. С помощью тональных средств дочь манипулирует эмоциями родителя, чтобы избежать ответственности, используя приём эмоционального давления и обвинений, которые смещают фокус с её поступка на её эмоциональное состояние.

Рассмотрим демонстративную тональность с целью выявления её основных видов и построения классификации.

1.3. Типы коммуникативной демонстративности

Демонстративность является атрибутивной составляющей всех сторон взаимодействия людей. По мнению М. Халлидея, демонстративность проявляется в любом акте коммуникации. Это то, как и с какой целью говорящий передаёт своё сообщение, самовыражается и воздействует на собеседника в рамках своего социального статуса и роли [Halliday, 1978, р. 4].

Анализ понятия «коммуникативная демонстративность» предполагает использование коммуникативного подхода к слову, что позволяет выявить существенные особенности данного феномена [Стернин, 1985, с. 6]. Многоаспектность и разнообразие ситуаций проявления коммуникативной демонстративности обусловливают необходимость систематизации её типов.

Демонстративность проявляется в разнообразных обстоятельствах общения в рамках социально коммуникативных сфер: официальных, неофициальных, административно или законодательно регулируемых, нерегулируемых и доминантных, вызывая позитивный или негативный ответ адресата.

В связи с этим основу построения типологии демонстративности составляют такие критерии, как 1) ситуативно-дискурсивная специфика демонстративности, 2) способ представления реципиенту и 3) адресатная

реакция. Выделяются акцентированный, неакцентированный, положительный, отрицательный и ситуативно-дискурсивный типы демонстративности.

Уточним содержание выделенных четырёх универсальных типов демонстративности для их последующего более детального изучения.

1.3.1. Ситуативно-дискурсивная демонстративность

Дискурс представляет собой речь, протекающую в контекстах повседневной жизни. Это многоплановый коммуникативный феномен, включающий создание речевого продукта в зависимости от разнообразных экстраглавиистических условий, обращённый к внешней ситуации высказываний, принадлежащей деятельности малой группы. Дискурс состоит из психосоциальных, антропологических, этнографических, лингвистических и культурных переменных [Арутюнова, 1990, с. 136-137; Дэйк, 1989; Левицкий, 2021].

С точки зрения социальной семиотики, речевые произведения являются знаковыми общественными фактами, проявлениями функциональных и смысловых сторон коллективной жизни коммуникантов в общении и языке. Социосемиотика устанавливает тесную корреляцию между лингвистическими и социальными структурами, основываясь на учении о динамических открытых системах, главная функция которых заключается в обеспечении обмена информацией с социумом. Взаимообусловленность и взаимовлияние языка, мысли и человеческой общности выступают её основными положениями [Гаврилова, 2018, с. 404]

На основании постулатов данной науки все стороны человеческой жизни представляются семиотическими модусами [Kress, 1979]. Согласно исследованиям московско-тарусской семиотической школы, помимо текстов

и высказываний, знаковыми феноменами являются социальные действия и поведенческие паттерны [Золян, 2017, с. 124].

Любое высказывание обусловлено ситуативно, содержит лингвистический и экстраглавиистический компоненты. При ситуативном истолковании дискурса учитываются имеющие первостепенное значение в обществе условия взаимодействия [Шрайдман, 2012]. Речь участников коммуникации строится, исходя из сферы интеракции, выполняемой деятельности, социального статуса, коммуникативного намерения, контекста и вноречевых условий [Серова, 2001, с. 187].

Ситуативно-дискурсивная демонстративность представляется, как эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся прямым или косвенным представлением своего образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности, выбираемых в зависимости от вида деятельности и требований ситуации общения [Тисленкова, 2025а].

Вычленить ситуативно-дискурсивные типы демонстративности возможно, основываясь на трех переменных, определенных М. Халлидеем: 1) деятельность, 2) участники, 3) роль языка, совокупность которых обуславливает значения и способы их языкового выражения в зависимости от ситуации [Halliday, 1978]. Социальные контексты обладают тремя характеристиками, изоморфными когнитивной, интерсубъективной и текстуальной метафункциям языка: поле (тематическое содержание речи, обусловленное социальной деятельностью говорящего), тональность (атмосфера общения) и модус (средства и способы коммуникации) [Foucault, 1977].

Прагматический подход подразумевает учёт функций демонстративности в речевых произведениях в процессе социальной

интеракции, то есть того, что говорящие делают по отношению к реципиенту или вместе с ним посредством коммуникативной демонстративности.

Социосемиолог М. Халлидей выделяет четыре базовых вида речевых актов, в которых с нашей точки зрения потенциально присутствует демонстративная тональность: 1) заявление – предложение информации; 2) вопрос – потребность в информации; 3) приказ – просьба об услуге; 4) предложение – удовлетворение потребности в услуге [Халлидей, цит. по: Van Leeuwen, 2005].

Общество создаёт и поддерживает себя с помощью специфических повторяемых шаблонов порождения значения [Гаврилова, 2018, с. 414]. Коммуникативная демонстративность является механизмом воспроизведения социальных практик, так как она отвечает за поддержание социальности в целом. Социальные практики – это совместная деятельность людей, организованная с определенной целью в соответствии с общепринятыми образцами поведения. Указанные действия представляются в дискурсах с помощью лингвистических и нелингвистических средств.

Э. Гидденс подчёркивает, что общественная реальность рассматривается через систему постоянно воспроизводимых социальных практик, выстраиваемых по определенному паттерну в процессе взаимодействия социальных субъектов. Учёный описывает такие свойства практик, как упорядоченность, преемственность, воспроизведение, рутинизация (свидетельствует о стабильности социальной жизни) [Гидденс, 2003, с. 73].

Анализ социальных практик показывает их элементы и то, как они воздействуют на организацию дискурса. Речевые произведения в рамках разных дискурсов могут демонстрировать все составляющие социальных практик или некоторые из них: процессы и алгоритмы их производства, коммуникантов, их внешность, инструменты и материалы, необходимые для

производства процесса, время и место действия [Van Leeuwen, 2005; Дмитриева, 2011].

Именно общество предписывает людям требования к тому или иному способу употребления языковых средств в процессе коммуникации, определяет механизмы и стратегии повышения эффективности речевого взаимодействия [Mey, 2001].

Дж.Л. Мей говорит о том, что прагматические функции использования языковых средств необходимо исследовать в повседневной коммуникации. Учёный выдвигает два подхода к проведению такого анализа: наблюдение и описание минимального контекста общения и минимальной социокультурной ситуации общения с описанием всех вариантов выбора коммуникантами языкового оформления их суждений, что позволяет обобщить лингвистическое отражение социальной интеракции [Там же, 2001, с.10]

На уровне микропрагматики рассматривается реализация демонстративной тональности в диалоге. На макроуровне – в рамках прагматического акта и прагмемы. Прагматический акт, включающий в себя несколько стратегий с одной целью, соотносится с определенной ситуацией общения и закрепляется в обобщенной модели прагматического акта – прагмеме [Почепцов, 1986].

Проследим, как объективируется коммуникативная демонстративность в дискурсе основных сфер общественной жизни: духовной, социальной, политической, экономической, опишем её типы и функции.

Духовная сфера общества связана с его духовно-нравственной жизнью, внутренним миром людей, их устремлениями и интеллектуальной деятельностью. Коммуникативная демонстративность функционирует в дискурсивных полях этой области общественной жизни, выполняя функцию создания и распространения ценностей. Одним из ведущих дискурсов духовной сферы, среди прочих, является религиозный дискурс, в связи с тем,

что церковь занимает стабильное положение среди общественных структур, охватывая значительные массы населения [Бобырева, 2007]. Религиозные нормы присутствуют во всех областях человеческой деятельности: в искусстве, науке, медицинской практике, спорте, образовании и промышленности [Миронова, 2011].

Демонстративная тональность в религии выражает идеалы верующих и провозглашает возвышенную сущность человека. Коммуникативная практика в рамках религиозного дискурса направлена на религиозное истолкование текстов Священного Писания и соблюдение ритуалов священнослужителями и прихожанами в процессе церковного богослужения. Коммуникативная демонстративность ритуалов и обрядов показывает личности, что нужно делать для того, чтобы достичь нравственного совершенства.

Религиозный дискурс состоит из коммуникативных событий, которые сохраняют и распространяют верование. Он рассматривается учёными как «смыслообразующая и смысловоспроизводящая деятельность» [Прилуцкий, 2008, с. 8].

Религиозный дискурс строится на вере в чудо воскресения. Сила воздействия религиозных проповедей основывается на метафизическом содержании лексических единиц. Такой коммуникации присуще свойство тайноречия. Неакцентированная демонстративность выражается в наличии большого количества лексических единиц, понятных только посвященным людям.

Конститутивными признаками религиозного дискурса являются: 1) интерпретация сакральных текстов 2) отправление религиозных ритуалов, 3) взаимодействие церковнослужителей и верующих 4) проведение церковной службы [Бобырева, 2007]. Статусно-ролевая иерархия включает коммуникантов: агента, клиента и маргинала. Спецификой религиозного

общения является акцентированная демонстративность духовных постулатов [Карасик, 2002, с. 220].

Речевые жанры религиозного дискурса, такие как проповедь, исповедь, приветствие, просьба, объяснение, молитва, отражают систему религиозных взглядов и возврений.

Большая часть текстов и риторических произведений имеет тональность назидания. В них инструментом коммуникативной демонстрации выступает вербальный образ, который создаёт мотивацию, необходимое мнение и поведенческие стереотипы, основанные на вере [Там же, 2002, с. 220].

Помимо акцентированной коммуникативной демонстративности в религиозном дискурсе присутствует неакцентированная демонстративность в нарративных формах трансляции духовных ценностей, опирающихся на библейское аллегорическое повествование и притчи, в которых иные уровни смысла выступают средством убеждения.

Лингвистические средства коммуникативной демонстративности религиозного дискурса охватывают устаревшие слова, возвышенную лексику, религиозные термины, библейские цитаты, используемые для представления идеальных объектов и мистического опыта, а также разнообразные изобразительно-выразительные средства.

Дискурсивные особенности демонстративной тональности – преувеличение и экспрессивность, выраженные метафорой и метонимией, антitezой, эпитетами, гиперболой, аллегорией (в притчах), олицетворением (молитва, канон) воздействуют на эмоции и мысли прихожан. Акцентированность проявляется в использовании восклицаний, фокусирующих внимание верующих на важных положениях вероучения, стимулируя размышления [Воробьева, 2020].

Наставление, мученичество, прощение, мольба, умиление, искупление передаются слушателям не только грамматическими средствами, среди

которых отглагольные существительные, субстантивированные причастия и прилагательные (скорбящие, нуждающиеся), вокатив, инверсия, императив и языковые средства репрезентации желательной семантики, сколько тональными особенностями коммуникативной демонстративности [Бугаева, 2010].

Высказывания в религиозном дискурсе характеризуются перформативностью и обладают силой институционального действия. Коммуникативно-речевые стратегии призыва, вопроса и возглашения отражают диалогическую сущность дискурса, его неофициальную форму.

Демонстративами выступает система эмоциональных религиозных символов, которая указывает на идеальную сторону жизни, о которой, без использования символов, говорить невозможно. Священнослужители представляют религиозное учение людям через образы и закрепляют их в ритуалах – торжественных церемониях с символическим изображением идей и эмоций в действии, в которых значимую роль играет гиперболизация.

Ритуал демонстрируется в красивой и величественной форме, ознаменовывается символическими действиями, проговаривается в стереотипных вербальных формулах, чем порождает ощущение тайны.

В религиозном дискурсе существует специальный набор перформативных ритуальных действий, определяющих возвышенную тональность общения – обрядовые жесты, сопровождающие ритуалы: сжигание благовоний для очищения от злых помыслов, окропление для передачи Божией благодати, возложение рук для благословения, целование руки священника для выражения почтения [Миронова, 2011]. Демонстративная тональность религиозного дискурса несет черты театральности: священник выступает с проповедью на аналое, поёт церковный хор.

Сценарии священодействий и обрядов закреплены в классических текстах Служебника, Триоли Постной и Цветной, Октоиха, Минеи

Месячной, Часослова, Типикона, Ирмологий, Требника и Книги молебных пений.

Жанр исповеди – открытое признание своих проступков в присутствии свидетелей демонстрирует начало самосовершенствования, обретение внутреннего равновесия и духовной гармонии.

Церемонии, таинства, праздники, ритуалы, крестные ходы составляют календарь значимых событий коллективной жизни. Колокольный перезвон оповещает о времени суток и начале церковной службы, передаёт праздничную атмосферу и духовную радость прихожан.

Вера становится очевидной людям благодаря таким свойствам коммуникативной демонстративности, как акцентированность значимости ключевых идей, получающих визуальное оформление в искусстве. Эстетика обрядов, помпезность богослужения, хоровое пение, театрализованные представления, тожественные выходы митрополита, звуки органа – гармония в совокупности всех форм воздействия (заражение, сублимация, катарсис, влияние символов и искусства) пробуждает и утверждает в человеке любовь к Богу, стремление к возвышенному [Грановская, 2010]. В.Н. Лосский так пишет об иконе: «Цель ее – направить все наши чувства, так же как и ум, и всю нашу человеческую природу к ее истинной цели – на путь преображения» [Лосский, Успенский, 2014].

Положительная коммуникативная демонстративность религиозного дискурса передаёт людям универсальную истину, знание о взаимоотношениях души и Бога.

Религиозный дискурс построен на активизации эмоционального восприятия предлагаемых верующему убеждений и ценностей.

Демонстративная тональность данного дискурса имеет манипулятивный характер в связи с тем, что прямая и косвенная демонстрация установок и паттернов мышления, психологическое

воздействие словом направлены на изменение взглядов и поведения прихожан [Целуйко, 2004, с. 25].

Социальная сфера жизни общества выполняет важнейшую для существования общества функцию социального воспроизведения субъектов исторического процесса. В формировании социальной структуры общества ведущая роль принадлежит образованию, в котором функционирует педагогический дискурс.

Педагогический дискурс – объединенная демонстративной тональностью группа речевых жанров, обеспечивающая ценностно-смысловое взаимодействие субъектов образовательного процесса в образовательной среде учебных заведений. Педагогический дискурс включает в себя коммуникантов, образовательные цели, ценности, содержание и коммуникативную демонстративность как средство их реализации [Смыслова, 2007].

Ведущими целями рассматриваемого дискурса являются формирование у обучающихся концептов когнитивной реальности и трансляция одобряемых обществом шаблонов и сценариев поведения. Структуру педагогического дискурса образует последовательность взаимозависимых коммуникативных намерений учителя и ученика.

Конститутивные признаки педагогического дискурса составляют дискурсивные стратегии и формулы, жанры и прецедентные тексты.

Единицами коммуникации являются единицы нормативного социоречевого поведения, объединяющиеся в блоки речевого взаимодействия [Липаев, 2004].

Акцентированная коммуникативная демонстративность используется для презентации обучающимся норм и общепринятых правил верbalного и невербального поведения.

Неакцентированная демонстративность кодирует ценности социализации в афоризмах, пословицах, поговорках, передаёт их в учебных

текстах, справочниках, хрестоматиях и песнях и применяется как способ косвенного убеждения.

Ж.В. Милованова определяет жанры педагогического дискурса, которые в зависимости от цели коммуникации строятся на положительной или отрицательной демонстративной тональности: 1) фатический (этикетный разговор), 2) нарративный, 3) эвристический, 4) обучающий, 5) контролирующий, 6) воспитательный [Поспелова, 2009].

Жанры педагогического дискурса выделяются на основании существующих естественно сложившихся ситуаций общения: урок, лекция, семинар, конференция, лабораторно-практическое занятие, практикум, экскурсия, консультация, экзамен, зачет, предметный кружок, олимпиада, конкурс. Эти формы обучения основаны на демонстративности в связи с необходимостью обозначить для усвоения учебный материал среди прочей информации.

Урок – это ряд учебно-речевых ситуаций (инициация контакта, фиксация внимания, нарратив, закрепление материала и его повторение, опрос), определяющих ведущие жанры педагогического дискурса: фатический акт речевой коммуникации, объяснение новой информации, упражнение, обобщение знаний и строящихся на использовании устойчивых дискурсивных формул [Коротеева, 1999].

Три ведущих параметра коммуникативной демонстративности – акцентированность, преувеличение и самопрезентация, выступают основными свойствами педагогического дискурса.

Наиболее демонстративными речевыми жанрами педагогического дискурса являются открытое занятие, мастер класс и олимпиада.

Открытый урок – это занятие, на котором учитель вербальными и невербальными средствами презентует коллегам свой методический опыт, новаторские разработки, реализацию педагогической идеи, применение методического приема или метода обучения.

Мастер класс основан на таком свойстве демонстративной тональности, как акцентированность. Учитель делает акцент на нестандартном решении конкретной педагогической задачи и новом способе мышления.

Предметная олимпиада – соревнование учащихся образовательных учреждений, требующее от них вербальной демонстрации знаний и навыков по изучаемой дисциплине.

В высших учебных заведениях способом презентации материала и самого педагога выступает видео лекция, когда все составные части педагогического мастерства объединяются в единое целое.

В педагогическом дискурсе социальный статус участников интеллектуальной интеракции и роли обуславливают предпочтение акцентированной или неакцентированной разновидности демонстративной тональности общения [Лендел, 1977; Стернин, 2000].

Демонстративная тональность педагогического дискурса обслуживает процесс обмена учебно-научными текстами, переработку и усвоение знаковой информации, предъявляемой учащимся.

В.И. Карасик относит к прецедентным текстам педагогического дискурса учебные пособия, хрестоматийные издания, программы курсов обучения, детскую литературу, сюжеты рассказов и сказок, тексты песен, пословицы и поговорки, афоризмы, связанные с темой знаний [Карасик, 1999, с. 16].

Стратегиями педагогического дискурса являются разъяснение, помошь, оценивание, контроль, организация деятельности учителя и ученика.

Педагогический дискурс рассматривается исследователями как перформанс – одно из свойств коммуникативной демонстративности, так как учитель выступает перед классом по сценарию, присутствует среда выступления – ситуация учебного занятия, семиотизированное пространство аудитории, места для учеников – зрительный зал [Олянич, 2007, с. 150].

Лингвистическими особенностями педагогического дискурса являются явная и скрытая демонстративность подачи информации, диалогический характер, непрерывное воздействие друг на друга учителя и ученика, синхронность процесса речевого взаимодействия, аксиологичность, постоянное перефразирование информационного потока [Щербинина, 2010, с. 12-13].

Демонстративность организует педагогический процесс, входя в состав форм, методов, средств обучения.

Методы обучения – способ коммуникации учителя и ученика, в результате которого передаются и усваиваются знания. Практикующиеся методы организации и осуществления учебно-познавательной деятельности – словесные, наглядные, практические, продуктивные, объяснительно-иллюстративные, поисковые, исследовательские, проблемные, индуктивные и дедуктивные включают демонстративную составляющую.

В современных общеобразовательных учреждениях одним из самых эффективных методов обучения является метод демонстрации (в том числе и вербальный), предполагающий наглядное предъявление учащимся статичных и динамичных изображений и образцов (сюжетов, событий, явлений, научных процессов, действия систем и механизмов, отдельных предметов) для их изучения и обсуждения.

Коммуникативная демонстративность расширяет кругозор учащихся, включает их в мыслительный процесс, облегчает запоминание материала. Показ вербальных образцов-эталонов на занятиях по национальным и иностранным языкам, литературе и риторике является традиционным в методике преподавания данных дисциплин.

Педагогическое взаимодействие, воздействие, общение, проявления педагогического умения невозможно осуществить без демонстративной тональности.

Например, патриотическое воспитание, приобщение учащихся к миру человеческих ценностей, воспитание гуманной, социально активной личности проводится с использованием иллюстративного материала, произведений изобразительного искусства, экскурсий, прогулок, проведения праздников, посещения памятников, выставок, предъявления рассказов с яркими примерами.

В педагогическом дискурсе тексты документов об успеваемости (дневник, зачётная книжка, диплом, экзаменационные и зачётные ведомости, контрольные работы, классный журнал, портфолио) показывают успешность учащихся и уровень приобретённого опыта. Портфолио учителя демонстрирует его профессиональные достижения, результаты обучения и воспитания его учеников.

Политическая сфера жизни общества – это область социальной деятельности, направленная на осуществление властных полномочий (приобретение, использование и удержание власти), обеспечение безопасности страны, поддержание государственного устройства, организацию судебной системы. Реализация данных функций лежит на коммуникативной демонстративности политического дискурса.

Политический дискурс является способом интерпретации общественной действительности, которая структурирована концептами и обслуживает процессы политической деятельности.

Выработка политического решения, акции оппозиции, проведение политических преобразований – все эти виды взаимодействий реализуются в коммуникации с помощью категорий коммуникативной демонстративности, которые придают смысл политическому взаимодействию, позволяют гражданам адекватно воспринимать действия власти.

Положительная коммуникативная демонстративность в политическом дискурсе применяется для управления информацией, убеждения аудитории в правильности транслируемой картины действительности, побуждения

следовать предлагаемым властью курсом, легитимизации общих идеологических принципов.

Отрицательная демонстративность сосредоточена на регулировании различных мнений и сведении к минимуму расхождений во взглядах [Михалёва, 2004].

Условием существования политического дискурса является реализация акцентированной и неакцентированной демонстративной тональности в специфических речевых жанрах: политическая ораторская речь, черный и белый политический пиар, выступление на митинге, конференция, дебаты, агитационное выступление, политическая листовка, политическая реклама, открытое письмо, телевизионное или интернет-обращение, интервью в СМИ, интернет-videоблог.

Развитие любого общества сопряжено с постоянным стремлением разных политических сил к захвату и удержанию власти, или ее перераспределению в свою пользу путём манипуляции сознанием народа. Выразителями забот и устремлений данных общественных структур выступают политические деятели, использующие демонстративную тональность на политической трибуне.

В имидже политика внешность, одежда, шаблоны поведения, культура общения, маркированность языковых средств, коммуникативные тактики и стратегии являются средством скрытой демонстративности. Для речи политиков максимально эффективными являются основные стратегии коммуникативной демонстративности: самопрезентация, акцентированность, преувеличение и перформативность.

Самопрезентация в политическом дискурсе имеет прямую и непрямую формы (собственные публичные высказывания / о деятельности политика судят по его высказываниям). Демонстративная тональность информационных, императивных, убеждающих, оправдательных или признательных текстов и речей сообщает реципиентам идеи для обсуждения

или обдумывания с целью укрепления собственной репутации, формирования положительного имиджа и низвержения репутации оппонента.

Вербальные тактики демонстративного единения, возвзвания, благодарности, отождествления, иллюстрации достижений, гиперболизации результатов своей политической активности фокусируют внимание адресата на успешности проводимых партией программ, защиты интересов социальных слоёв, достижениях в области экономики, здравоохранения, образования и др. Указанные тактики репрезентируются среди прочих путем предъявления статистических данных и имплицитной положительной оценки своей работы, выраженной местоимением *мы*.

Преувеличение результатов своего труда в устных жанрах доклада, отчета, выступления, речи, выступления на митинге позволяет политику позиционировать себя успешным профессионалом, работающим в эффективной команде.

О.Л. Михалёва полагает, что для политической коммуникации распространённой стратегией является стремление оратора максимально увеличить значимость собственного авторитета и уменьшить статус своего политического соперника.

Необходимость привлечения сторонников требует постоянного учёта мнения адресата выступления, а, следовательно, перформанса. Коммуникативные демонстративные тактики побуждения, кооперации с народом, размежевания с оппонентами, позитивное информирование и прогнозирование, обещание, предупреждение, иронизирование, провокация реализуют стратегию театральности.

В связи с этим используемая демонстративная тональность эксплицитно и имплицитно передаёт неодобрение оппонента и его деятельности через обличение, обвинение, оскорблениие и угрозу. В отношении говорящего и его сторонников демонстративная тональность

проецирует положительное ментальное пространство и констатирует положительную оценку [Михалёва, 2004].

Для населения страны политика транслируется в дискурсах СМИ в виде речей политических лидеров, заявлений государственных лиц, критических выступлений оппонентов официальной власти. Созданные политтехнологами пропагандистские мифологемы, стереотипы и штампы интерпретируются посредством коммуникативной демонстративности в текстовых блогах интернет-пространства.

Внешнеполитическое взаимодействие, коммуникация системы с системой также невозможны без использования коммуникативной демонстративности. Внешнеполитический дискурс – это не только вербальная, но и символическая презентация доктрин, концепций и идеологических принципов при осуществлении коммуникации в области внешней политики государства, которая формулируется исходя из национально-культурных, социально-исторических, а также ситуативных характеристик контекста с учетом намерений коммуникантов.

Интенциональным основанием положительной демонстративности внешнеполитического дискурса является декларирование сплоченности политических структур в рамках мира, общего согласия; отрицательной – демонстрация конфликта и манипуляция сознанием [Шейгал, 2000].

Ведущая функция внешнеполитического дискурса, состоящая в борьбе за власть на международной арене и защите национальных приоритетов, осуществляется с помощью свойств демонстративной тональности: акцентированности и преувеличения.

Средством их актуализации является употребление в дискурсивных практиках специальных демонстративных стратегий. Политики, взаимодействующие с представителями других стран, дискурсивно создают картину межнациональных отношений, подчёркивая решающую роль деятельности своей страны в достижении благополучия страны-партнера.

Во внешнеполитическом дискурсе коммуникативная демонстративность образует когнитивные признаки концепта «сила», который получает необходимые оттенки смысла в зависимости от способа презентации.

В концепте «власть» коммуникативная демонстративность создает концептуальные признаки путем преувеличения его смысловых составляющих: могущества, влияния, активности, насилия, сотрудничества.

Речевые жанры внешнеполитической коммуникации – доклад, выступление, ответы на вопросы СМИ, пресс-конференция, интервью, заявление, нота, комментарий осуществляют перформативную функцию. Их объединяет общая цель – демонстрация официальной позиции государства во внешнеполитических вопросах и представление страны как равноправного участника международных отношений, оказывающего влияние на расстановку сил и ход событий в мире.

Коммуникативная демонстративность в политическом дискурсе выполняет задачи продвижения интересов государства на международном уровне, укрепления положения страны в мировом сообществе и распространения её политической идеологии, ценностей и предпочтений [Ярославцева, 2015].

Экономическая сфера общественной жизни является комплексом всех социальных процессов, относящихся к созданию и потреблению материальных благ, в который входят выпуск товаров, торговля и оказание услуг. Экономические потребности, дефицит жизненно важных средств для нормальной жизнедеятельности и развития индивида и общества удовлетворяются в процессе потребления, средствами которого выступают блага. Каждый член общества может создать один продукт или услугу, но нуждается при этом в разных видах продукции и услуг. Для успешного производства, распределения и продажи продуктов, человеку, как субъекту экономических отношений, необходимо сделать их заметными, наглядно

продемонстрировать в наиболее выгодном свете. Коммуникативная демонстративность рекламного дискурса способствует решению этих задач.

В рекламной коммуникации демонстративная тональность участвует в прямом и завуалированном представлении товаров посредством таких каналов, как СМИ, сеть интернет, зоны городской инфраструктуры (средства наружной рекламы, расклейки на общественном транспорте, оформление торговых центров и интерьера мест продаж, полиграфическая продукция) [Аникин, 2007].

Акцентированная демонстративная тональность содержится в предложении приобрести продукт, воспринимается реципиентом как принуждение к покупке. Неакцентированная коммуникативная демонстративность даёт человеку свободу сделать самостоятельное умозаключение о качестве товара, что в большинстве случаев заканчивается его приобретением.

Положительная коммуникативная демонстративность обнаруживается в прямом перечислении достоинств и высокой оценке свойств продукции.

Позитивная верbalная оценка производится в процессе демонстрации качества товара или услуги с помощью языковых единиц разных частей речи, содержащих оценочную семантику, прилагательные и наречия в превосходной степени.

Скрытая демонстрация положительных свойств строится на основе эксплуатации звёздного статуса «потребителя» и индивидуальных брендов [Важдаева, 2019].

Широко используются консультации с профессионалом высокого класса, медииной личностью, блогером, апелляция к непрекаемому авторитету страны-разработчика (Россия, Япония, Швейцария, Германия, Швеция).

В современном обществе великое множество услуг и продуктов непрерывно соперничают между собой, в связи с чем, товаропроизводители

применяют одну из ключевых составляющих коммуникативной демонстративности – преувеличение, чтобы их продукция привлекала внимание и успешно продавалась. Неискренняя коммуникации в рекламном дискурсе – распространённое явление, которое вопреки всему заставляет людей покупать.

Вместе с тем, перформанс и акцентирование достоинств товаров носит также положительный характер и рассматривается, как забава и игра.

Неакцентированная форма демонстративной тональности функционирует в невербальной стороне рекламы – построении стратегии косвенного убеждения путём привлечения внимания покупателя к красочной упаковке и создания в сознании реципиентов идеального образа, достичь которого можно после употребления рекламируемых продуктов [Одинцова, Рымаренко, 2014, с.177].

Коммуникативная демонстративность удовлетворяет потребность покупателя в самопрезентации через покупаемый продукт и идентификации себя с определенной социальной группой. Эмоциональный настрой, создаваемый вербальными средствами демонстративной тональности рекламы, передается адресату, вызывая у него желание соответствовать понравившемуся образу, изменить внешний вид, речевое поведение и социальную роль.

Акцентированная и неакцентированная коммуникативная демонстративность в ситуации предъявления социального эталона порождает и фиксирует гендерные стереотипы, содержащие информацию об одобряемых качествах, атрибутах, нормах и паттернах поведения.

В рекламном дискурсе демонстративная тональность передает информацию через цвета, виды шрифта, имеющие привязку к субъективным и культурно-историческим стереотипам сознания реципиента [Караулов, 2000]. Цвета транслируют качества женской и мужской концептосфер: чистота, целомудрие, доброта, нравственная чистота и ухоженность. Черный

цвет показывает утонченность, красный – апеллирует к молодости, расцвету сил, энергичности; серый говорит об уравновешенности и мудрости, коричневый – о престижности [Детинкина, 2010].

Акцентированность, входящая в ядро коммуникативной категории демонстративности, обеспечивает эмоциональную насыщенность слов, что в свою очередь, усиливает престижность продукции. Этому способствует употребление метафорического переноса. Положительная демонстративная тональность создается добавлением в колоративы культуре (монастырский шик – белый цвет, сафари), иноязычных слов (наив роуз – бледно-розовый), неологизмов (металлик) и лексических единиц-наименований музыкальной формы (симфония чёрного и золотого), природных явлений (розовый закат), фруктов (бодрый цитрус), эмоционального состояния (изумрудное счастье), самоцветов (малахитовый каприз) [Воронова, Ершова, 2015].

Положительная демонстративная тональность с помощью вербальных и невербальных средств формирует конструктивное мировосприятие, содействует укреплению положительной этнической самоидентификации адресата рекламы.

Эмфатическая функция демонстративной тональности реализуется в рекламном тексте вербальными средствами, включающими ассонанс, аллитерацию, рифму, звуковой, лексический и синтаксический повтор, звуковые ассоциации, соотносящиеся с существующими позитивными звуковыми стереотипами, тропы. Выражаемый таким образом посыл изменяет восприятие привычных вещей, выделяет важную информацию, способствует быстрому запоминанию, закрепляет в сознании реципиентов название бренда или товара [Детинкина, 2010].

Коммуникативная демонстративность окрашивает всю систему визуальной и вербальной идентификации брендов: упаковку, звуки и мелодии, товарный знак, фирменный стиль и др.

Способом реализации демонстративной тональности в рекламном дискурсе являются жанры:

1. печатной рекламы - статья, письмо, плакат, листовка, каталог, отзыв специалиста, афиша, объявление, обращение, житейская история, аннотация, рецензия рекламный щит или стенд;
2. устной рекламы – интервью, отчёт, рекламные слухи, репортаж, развёрнутое объявление, реплика, анонс, краткое призывное обращение, реплика, радиоафиша, радиоспот, радиопесенка;
3. телерекламы: объявление, ролик, анонс, клип, видеофильм, рекламная передача.

Прагматические интерпретации демонстративности детерминированы сочетанием когнитивных и социальных аспектов, уместных для использования этой тональности.

Таким образом, в дискурсах разных ситуаций общения коммуникативная демонстративность выполняет следующие функции: а) воздействующая функция (понуждающая, мотивирующая, убеждающая, санкционирующая, стимулирующая, контролирующая, манипулятивная, агитационная, императивная), б) регулирующая функция (упорядочивающая, консолидирующая, координирующая, программирующая, моделирующая, дезинтегрирующая, корректирующая, моделирующая), в) оценочная функция (иронизирующая), г) презентационная функция (самопрезентационная, самоидентификационная, имиджевая, (само) определяющая, самоутверждающая), д) констатирующая функция (концептуализирующая, репрезентирующая, констатирующая, смыслообразующая, акцентирующая, легитимирующая, дифференцирующая, конструирующая, объективирующая, фиксирующая, декларационная, визуализирующая), е) коммуникативная функция (социализирующая, игровая, досуговая, информирующая, прогнозирующая, просветительская, воспитательная, транслирующая), ж) эстетическая функция (ценостно-ориентирующая, гедонистическая,

символическая, изобразительная, декоративная), 3) эмотивная функция (протестная, компенсаторная, экспрессивная, провокационная).

С учётом всех выявленных функций, ситуативно-дискурсивная демонстративность может быть представлена двумя видами: 1) нарративная (презентационная, констатирующая) и 2) манипулятивная (воздействующая, регулирующая, оценочная, эстетическая, коммуникативная, эмотивная).

1.3.2. Акцентированная и неакцентированная демонстративность

Существование и функционирование социального организма невозможно без устойчивой системы человеческих отношений, реализуемых в общении. Коммуникация существует в различных формах, выступая как совокупность разных факторов социальной жизни индивида и группы: межличностном, групповом и массовом [Лунева, 2005].

Акцентированная демонстративность в указанных видах общения представляет собой эмоционально-стилевую форму коммуникации, характеризующуюся очевидным однозначным прямым представлением своего образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Неакцентированная демонстративность связана с эмоционально-стилевой формой коммуникации, характеризующейся представлением своего образа, его значимого качества и связанной с ним доминирующей эмоции имплицитными языковыми и неязыковыми средствами, требующими интерпретации реципиентом.

Обратимся к жанровой специфике выделенных нами типов акцентированной и неакцентированной демонстративности в разных видах общения.

Межличностное общение – это взаимодействие коммуникантов, целью которого являются инициация и поддержание межличностных отношений, достижение цели в результате совместной деятельности [ППС, с. 344]. Межличностное общение строится на основе переплетения вербальных и невербальных средств (кинесики, паралингвистических звуков, зрительного контакта и тактильной коммуникации), имеет устную форму и передаёт смысл, связанный с личными и нравственными ценностями [Полуйкова, 2012].

Жанрами акцентированной демонстративности в межличностной коммуникации являются: рассказ о себе, беседа, сообщение новостей, оценка, комментарий, ссора. К ним же относятся сценарные способы – этикетные речевые жанры фатического общения: знакомство, просьба, приветствие, прощание, обращение, знакомство, поздравление, пожелание, благодарность, извинение, согласие / несогласие, приглашение, предложение, соболезнование, комплимент.

Неакцентированная форма демонстративности основана на символизации и актуализации дополнительного смысла посредством маркированных языковых средств, коммуникативных стратегий, перформативного конструирования, использования атрибутов, обозначений, одежды и аксессуаров, косметики, боди арта.

Групповое общение – это общение внутри социальных групп (определяемых по профессиональному, гендерному, возрастному признакам) или общение индивида с группой людей. Жанры акцентированной демонстративности группового взаимодействия включают рассказ, интервью, диалог, риторические жанры; скрытой – символику и ритуализированные стратегии поведения.

Массовое общение – трансляция информации через СМИ широким слоям населения. Акцентированная демонстративность выражается с помощью маркированных языковых средств, в то время как

неакцентированная – реализуется через стратегии манипулирования в следующих жанрах:

1. информационные: информационная заметка, интервью, репортаж, комментарий, отчёт (основываются на точном изложении фактов);
2. аналитические: корреспонденция, комментарий, обозрение, беседа, ток-шоу, дискуссия, пресс-конференция, статья (главной функцией является оценка информации);
3. художественные: эссе, очерк и зарисовка.

Проанализируем смысл понятий «положительная демонстративность» и «отрицательная демонстративность» и перечислим, в каких жанрах они находят своё выражение.

1.3.3. Оценка демонстративности

Гармоничное общение основывается на согласовании характеристик коммуникантов по возрасту, полу и социальному статусу в конструктивном диалоге. Рассогласование параметров собеседников ведёт к дезорганизации коммуникации [Кетрарь, 2021].

Положительная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего позитивного образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей конструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

В позитивном взаимодействии говорящий демонстрирует собеседнику положительные эмоции с целью достижения взаимопонимания и психологического комфорта. Главным признаком *позитивной демонстративности* является положительный посыл сообщения [Леонтович, 2015]. Положительная демонстративность объективируется во фреймах. Она

используется для поддержания доверительных отношений с собеседником и оказания влияния на окружающих.

В *межличностном общении* позитивная демонстративность передаёт чувства восхищения, симпатии, любви, дружбы и альтруизма посредством таких речевых жанров, как похвала, поздравление, пожелание, благодарность, согласие, комплимент, а в виртуальном общении – френдинг, лайкинг. В *групповом общении* положительная демонстративность отражает принадлежность к группе, сотрудничество, коллективную поддержку через PR-жанры, жанр «банкетная речь», поздравление. В жанрах *массового общения* – репортаж-экскурсия, интервью, политический портрет, информационная заметка акцентируется эталонный имидж и достоинства, которые следует распространять среди граждан в обществе.

Отрицательная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего негативного образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей деструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Отрицательная демонстративность характерна для негативной коммуникации, в которой находят выражение деструктивные чувства ненависти, неприязни или агрессии по отношению к социальной группе по признаку пола, расы, национальной принадлежности, вероисповедания, сексуальной ориентации [Гладилин, 2012; Васильев, 2023].

В *межличностном общении* отрицательная демонстративность транслируется в жанрах угроза, оскорбление, скандал, скора, сплетня, троллинг.

Вербальное оформление негативной демонстративности зависит от социально-демографических характеристик участников общения, а именно от возраста, пола, рода деятельности [Сидоренков, 2015]. В *групповом общении* возраст является основанием для конфликта поколений,

возникающего вследствие понижения социального статуса пожилых коммуникантов, недооценки молодым поколением опыта предыдущих поколений, возникновения новых ценностей. Отрицательная демонстративность в таком случае обеспечивает нравоучительное, менторское качество общения зрелого человека с молодежью.

Гендерный аспект показывает несимметричность социальных ожиданий в отношении членов общества в зависимости от их пола. Несмотря на установку женщин на корректное речевое поведение, они склонны к спору и чрезмерной эмоциональности. Мужчины же чаще выступают инициаторами выяснения отношений. Говорящие обоих полов используют жанры спор, оскорблении, и скандал.

В профессиональной сфере типичным примером негативной демонстративности является статусно-ролевое столкновение начальника и подчиненного, сослуживцев в следующих жанрах речевого конфликта: клевета, распространение информации сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию.

В связи с сокращением объема «живого общения» между людьми и увеличением доли опосредованного общения большое распространение получает информация СМИ, принуждающая её потребителей следовать предлагаемым нормам и правилам, для чего в *массовом общении* применяются провокационные приемы: ирония, сарказм, шантаж, обман, воздействующие на эмоции респондента [Гольдин, Сиротинина, Ягубова, 2002, с. 28]. Отрицательная демонстративность реализуется в жанрах новости, рекламы, информационной программы, ток-шоу, полемики [Огороднова, 2014].

Изложенные теоретические положения позволяют определить 8 подвидов явной и скрытой демонстративной тональности:

1. акцентированная нарративная положительная и отрицательная демонстративность;

2. акцентированная манипулятивная положительная и отрицательная демонстративность;
3. неакцентированная нарративная положительная и отрицательная демонстративность;
4. неакцентированная манипулятивная положительная и отрицательная демонстративность.

Выводы к первой главе

Коммуникативная категория представляет собой коммуникативную гештальт структуру, реализующуюся в языковых единицах. К ведущим средствам выражения коммуникативной категории отнесены эксплицитные семантические средства, к периферийным – лексико-грамматические средства и паралингвистические знаки.

Рассматривается феномен «демонстративность» как структурно-образующая коммуникативная категория спектрального типа – тональность, определяющая процесс речевого общения и выполняющая функции самопрезентации, манифестации чувств и средства эмоционального воздействия. На основе принципа бинарной оппозиции определяются структуры ядра данной коммуникативной категории:

1. самопрезентация (явная или скрытая) – самоподача, заключающаяся в демонстрации говорящим его личностных особенностей;
2. акцентированность (положительная или отрицательная) – выделение отдельной мысли с целью её закрепления в сознании адресата;
3. преувеличение (осознанное и неосознанное) – представление чего-то более значимым или драматичным, чем есть на самом деле.

Выявляются периферийные элементы, связанные с перечисленными нуклеарными: самохвальство, эгоизм, хвастовство, лицемерие, обман, исключительность, нарочитость, умышленность, подчеркнутость, протест,

угроза, неприязнь, запугивание, ухаживание, доказательство, импульсивность, истеричность, аффект, выступающие маркерами демонстративности в дискурсе. Конститутивными признаками коммуникативной тональности выступают интенциональность, определяющаяся социальными потребностями и интересами; интерпретативность, подразумевающая множество возможных вариантов толкования; эмоциональность и оценочность.

Накопленные данные о феномене коммуникативной тональности, представленные в работах отечественных и зарубежных учёных за период с 1970-х годов по настоящее время позволяют констатировать, что коммуникативная тональность актуализируется на всех языковых уровнях и реализуется в продуктах речи с помощью применения разнообразных языковых и неязыковых средств. Определяется существование 154 потенциально возможных коммуникативных тональностей по числу эмоций, которые способен испытывать человек.

Вводится понятие «тональное поле» и формулируется его содержание – структурированная система взаимосвязанных микрополей, состоящих из гомогенных коммуникативных тональностей, организованных вокруг ядра из базовых 10 унарных тонов, с иерархическими отношениями, обеспечивающая эмоционально-стилевой формат общения между людьми и выражение ими субъективно-оценочного отношения к себе, друг к другу и к предмету речи в процессе взаимодействия.

Опираясь на междисциплинарный подход, обосновывается система коммуникативных тональностей какmonoцентрическое иерархическое тональное поле, состоящее из четырёх уровней (микрополей), обладающее следующими характеристиками: наличием ядра, периферии, системных отношений, плана содержания и плана выражения компонентов, целостностью, единством, упорядоченностью, взаимозависимостью и взаимосвязанностью элементов и уровней между собой. Уровень 1 – ядерный

– состоит из 10 унарных коммуникативных тональностей, уровень 2 – комплексный – из бинарных коммуникативных тональностей, уровень 3 – интегративный – из многокомпонентных тональностей и уровень 4 – метаструктурный – из метатональности и нейтрального элемента – нулевой демонстративности.

На основании представленной информации формулируется дефиниция нового понятия «демонстративная тональность» – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся установками на самопрезентацию, неискренность с тенденцией к преувеличению своих качеств, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемая посредством семиотической полимодальности.

Демонстративность рассматривается в качестве универсальной составляющей знака, служащей средством объективации и передачи любого смысла. Руководствуясь положениями философии, лингвистики и физики, демонстративность представляется в качестве системного свойства материального континуума, детерминирующего все его проявления, являясь аспектом единой сущности, составляет механизм перехода значения в вещественный носитель – символ, делает знак видимым.

Демонстративная тональность занимает место на высшем уровне тонального поля, являясь метатональностью со своей внутренней структурой, единицами выражения, связями и функциями.

Функционирование демонстративной тональности базируется на механизмах транспозиции и встраивания элементов из нижележащих уровней тонального поля в её кумулятивное ядро и их сочетания с ядерными инвариантными элементами: самопрезентацией, преувеличением и акцентированностью.

Коммуникативная демонстративность проявляется в разнообразных обстоятельствах общения в рамках социально коммуникативных сфер: официальных, неофициальных, административно или законодательно

регулируемых, нерегулируемых и доминантных, вызывая позитивный или негативный ответ адресата.

Выдвигается основание для классификации типов демонстративной тональности – коммуникативный подход, излагаются особенности объективации, описываются разновидности и свойства коммуникативной демонстративности в дискурсе основных сфер общественной жизни: духовной, социальной, политической, экономической.

Основу построения типологии демонстративности составляют такие критерии, как 1) ситуативно-дискурсивная специфика демонстративности, 2) способ представления реципиенту и 3) адресатная реакция. Выделяются акцентированный, неакцентированный, положительный, отрицательный и ситуативно-дискурсивный типы демонстративности. Выявляется жанровая специфика выделенных типов демонстративности в межличностном, групповом и массовом видах общения. Даётся дефиниция четырёх ключевых типов демонстративности:

Акцентированная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся очевидным, однозначным, прямым представлением своего образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Неакцентированная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего образа, его значимого качества и связанной с ним доминирующей эмоции имплицитными языковыми и неязыковыми средствами, требующими интерпретации реципиентом.

Положительная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего позитивного образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью

доминирующей конструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Отрицательная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего негативного образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей деструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Формулируются 8 подвидов акцентированной и неакцентированной демонстративной тональности:

1. акцентированная нарративная положительная и отрицательная демонстративность;
2. акцентированная манипулятивная положительная и отрицательная демонстративность;
3. неакцентированная нарративная положительная и отрицательная демонстративность;
4. неакцентированная манипулятивная положительная и отрицательная демонстративность.

Проведённый анализ философской и лингвистической литературы позволил сформировать теоретическую базу и подготовить методологический инструментарий для дальнейшей работы.

Описанные результаты представляют собой основу нашей концепции и анализа эмпирического материала в следующих главах.

ГЛАВА 2. КОММУНИКАТИВНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ АКЦЕНТИРОВАННОЙ ДЕМОНСТРАТИВНОСТИ

Данная глава посвящена средствам выражения явной демонстративности, организующей речь коммуникативной личности во взаимодействии с другими людьми.

2.1. Лексико-фразеологические средства выражения акцентированной демонстративности

Демонстративная тональность является сложной, неоднородной системой, которая конструируется разнообразными языковыми способами.

К лексико-фразеологическим механизмам актуализации демонстративности как эмоционально-стилевой формы коммуникации, относятся лексические и маркированные семантические единицы, обеспечивающие обозначение доминирующей тональности взаимодействия, вычленение ключевых идей и презентацию качеств говорящего.

Разграничение акцентированной демонстративной тональности по принадлежности к определённым типам помогает выявить всё многообразие составляющих её вербальных средств в разных коммуникативных ситуациях.

Рассмотрим языковые пути реализации четырех подвидов акцентированной коммуникативной демонстративности в повседневном общении.

2.1.1. Акцентированная нарративная положительная демонстративная тональность

Коммуникативная демонстративность образует и отражает действительность с помощью нарративов.

Для построения целостной и согласованной личной истории, говорящие повсеместно используют акцентированную нарративную коммуникативную демонстративность [Hart, 2023; Карасик, Слышкин, 2021].

В социальном взаимодействии личность воспринимается как совокупность идентичностей, набор симуляков, которые коммуникант выбирает или конструирует согласно своему желанию [Bauer, 2021; Осин, 2023, с. 252].

Я-нарратив, объект изучения нарративной психологии, представляет собой информацию, которую человек проговаривает о себе другим людям, оформленную в виде цепочки рассказов, объединенных общим смыслом и сюжетом. По мнению нарративных психологов, в сообщении о себе всегда присутствует логичное повествование, связывающее разрозненные биографические данные и факты самооценки в единый большой нарратив-самопрезентацию [Dings, Newen, 2023].

Автобиографическое повествование является наиболее распространенным элементом коммуникации. Вербализуются ценностные суждения личности, фрагменты детального описания наиболее важного, судьбоносного или типичного эпизода бытия, которое представляет всю значимость человека. С учетом этих положений можно утверждать, что жизненный путь – это рассказ, который селективно реконструирует ведущие характеристики говорящего, его прошлое или настоящее таким образом, что наделяет их смыслом, направленностью и слаженностью.

Текст нарратива образует личность своего носителя, в связи с чем, нарратив является организующим фактором субъективного мира человека. Будучи основной формой объективного существования личности, нарратив образует конструкты «мои достоинства», «мои пороки», «мои поступки», «события моей биографии», «моя судьба», «моя ценность», интегрирует описания отдельных жизненных фактов, их оценки окружающими и собственную оценку в систематизированный концепт индивидуальности

[Нуркова, 2010, с. 75]. Мнемический нарратив важного, переломного или характерного воспоминания реализуется семиотически [Тивьяева, 2020].

Акцентированная нарративная положительная коммуникативная демонстративность – это эмоционально-стилевая форма взаимодействия, характеризующаяся преувеличенной эмоциональной подачей своих достоинств в я-нарративе [Тисленкова, 2024а]. Демонстративная тональность позитивной самоактуализации в монологическом высказывании направлена на поддержание идеального образа говорящего. Она используется для подтверждения его соответствия критериям социальной успешности, что позволяет гармонизировать отношения с окружающим миром и ощущать собственную уникальность [Vijayaraghavan, Roy, 2021]. Например,

(1) *Я – явление. И больше такого нет* [КЗУР].

В примере (1) российский общественный деятель прибегает к акцентированной нарративной положительной демонстративности, выраженной преувеличением, чтобы подчеркнуть свою доминирующую позицию по отношению к окружающим. Тональные средства, которыми она себя характеризует включают: назывное предложение с я-модальностью, абстрактное существительное с положительной коннотацией «явление» и клишированная фраза «больше такого нет» помогают говорящей обозначить масштаб ее личности, значительное влияние на окружающих, высокий уровень её духовного и материального вклада в жизнь общества.

Демонстративное повествование о себе, как средство самораскрытия, является значимым социально-психологическим умением коммуниканта, формирующим его неповторимость и уникальность в межличностных отношениях, обеспечивающим его успешную самореализацию в обществе. Например,

(2) Сам факт, что тебя позвали на НТВ – это было некое мерило: у тебя есть шанс присоединиться к сонму бессмертных. Тогда, вспомните, ТЭФИ получали только корреспонденты НТВ. Это был такой закрытый мужской

клуб великих корреспондентов. И когда я получила ТЭФИ, как лучший *репортер*, меня вот эти невероятные, саркастичные, ироничные, успешные, прекрасные ребята приняли в свой клуб. Для меня это было важно [Говорит и показывает Ирада Зейналова, 2016, [www](#)].

В отрывке интервью (2) тональной единицей, создающей портрет высокоуспешного профессионала, является гиперболический эпитет (лучший *репортер*). Известная журналистка посредством акцентированной нарративной положительной демонстративности уверенно выражает высокую оценку себя и своих достижений.

Демонстративная тональность Я-нарратива позволяет реализовывать личностный потенциал во всех сферах межличностных отношений.

В процессе вербализации благоприятных, соответствующих своим идеалам аспектов идентичности, говорящий осознает себя как целое, во всей совокупности своих постоянных влечений, мотиваций и устоявшихся ценностей. Составляющие демонстративной тональности нарратива коррелируют с Я-концепцией личности.

Коммуникативная демонстративность выступает механизмом семиотизации переживания самоценности продуцента речи [Едамова, 2023]:

(3) *А у меня – выступление в Кремле. Я уже чемпион во многих странах. Я уже обладатель кубков, премий во всех европейских странах номер один* [RuTube, 29.12. 2022, [www](#)].

В монологе (3) акцентированная нарративная позитивная демонстративность, выраженная синтаксиским параллелизмом, анафорой (Я уже), преувеличением (в Кремле, во многих странах, во всех европейских странах, номер один), интенсифицирующим наречием «уже», клишированными конструкциями, обозначающими наименование титулов и наград (чемпион, обладатель кубков), транслирует максимально положительные черты говорящего, реализует мотивацию самоутверждения, способствует личностной самоидентификации.

Посредством акцентированной нарративной положительной демонстративной тональности коммуникант наглядно показывает свой социальный статус, имеющиеся достижения, сильные качества характера, образованность с целью поддержания высокой самооценки и удовлетворения своего тщеславия [Абдуллаева, Пойда, 2022].

Таким образом, акцентированная нарративная положительная коммуникативная демонстративность реализуется в высказываниях через речевую стратегию самопохвалы с помощью таких вербальных средств, как гиперболические эпитеты, лексический повтор, клишированные конструкции с обобщающим значением, наименования титулов и наград, абстрактные существительные с положительной коннотацией, речевые клише, содержащие гиперболу, частое употребление местоимения «я», усиливательные наречия, определительное местоимение «весь», конструкции синтаксического параллелизма и назывные предложения.

Акцентированная нарративная положительная демонстративная тональность является механизмом констатации я-концепции личности, передает отрефлексированный успешный опыт коммуниканта и выполняет функции позитивной саморефлексии.

2.1.2. Акцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность

Акцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность проявляется в речи человека во время психологических кризисов, сопровождающихся экзистенциальным надломом с ощущением бессмыслицы существования и аутоагрессией [Хухлаева, 2009]. Коммуникант стремится к подчеркнутому открытому самопринижению, самобичеванию и подаче своей диффузной идентичности в межличностном общении.

Самопредъявление личности может осуществляться средствами акцентированной нарративной отрицательной коммуникативной демонстративности – эмоционально-стилевой формы коммуникации, характеризующейся представлением своего негативного образа в рассказе о себе, преувеличением его значимости, акцентированностью доминирующей деструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности. Акцентированная нарративная отрицательная демонстративность присутствует в постситуативных руминациях:

(1) *<...> вы Галилеи и Коперники, Карлы Великие и Наполеоны, вы Пушкины и Шекспиры, вы фельдмаршалы и гофмаршалы, а вот я – бездарность и незаконность. <...> Я, может быть, и не ничтожество, но я, например, знаю, по зеркалу, что моя наружность мне вредит, потому что лицо мое ординарно* [Ф.М. Достоевский. Подросток, 1875, www].

В примере (1) содержится акцентированное негативное самопредъявление 19-летнего коммуниканта, переживающего кризис юности. Отрицательная демонстративность, выраженная гиперболической антитезой (вы Галилеи и Коперники ..., а вот я – бездарность и незаконность), отрицательным эпитетом (лицо ординарно), абстрактными существительными с негативной коннотацией (бездарность и незаконность), метафорой с негативным глаголом (мне вредит), показывает гипертрофированную неудовлетворённость собой и сознание своей неполноценности.

(2) *Aх, Николенька, мой друг! – заговорил Дмитрий так ласково, что слезы, казалось, стояли в его блестящих глазах, — я знаю ичуствую, как я дурен, и Бог видит, как я желаю и прошу его, чтоб он сделал меня лучше; но что ж мне делать, ежели у меня такой несчастный, отвратительный характер? что же мне делать?* [Л.Н. Толстой. Юность, 1857, www].

В высказывании (2) акцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность в речи 19-летнего студента реализуется

отрицательными эпитетами (дурён, несчастный, отвратительный), междометием «ах», восклицательным предложением-обращением, гиперболой (Бог видит), синтаксическим параллелизмом и цепочкой риторических вопросов, которые формируют образ человека, переживающего диссонанс реального и желаемого «я», сознающего свою социальную неполноценность.

Акцентированная нарративная отрицательная коммуникативная демонстративность служит знаковой демонстрацией транзиторной негативной идентичности, сомнений относительно своей личностной состоятельности, места в обществе и своего будущего в период кризиса молодости [Павленко, 2012].

(3) *Вы видите, я играю в ваших глазах самую жалкую и гадкую роль, и даже в этом признаюсь; вот все, что я могу для вас сделать. Какое бы вы дурное мнение обо мне ни имели, я ему покоряюсь Видите ли, я перед вами низок* [М.Ю. Лермонтов. Герой нашего времени, 1839, www].

В примере (3) суждения принадлежат 25-летнему молодому человеку, который сознательно откладывает на потом социальное самоопределение. Отсутствие самореализации и целей в жизни приводит его к стрессу и демонстрации дезадаптивного поведения. Коммуникативными демонстративами, маркирующими дисгармоничность личности выступают отрицательные гиперболические эпитеты (самая жалкая и гадкая роль, дурное мнение, низок, пустая жизнь, душа испорчена), описывающие отсутствие у говорящего радости и смысла в установлении продуктивных отношений с окружающими. Акцентированная нарративная отрицательная коммуникативная демонстративность оформляет в речи говорящего типичные симптомы кризиса: психологическую стагнацию, глубокий анализ своих сознательных мыслей и чувств и критическое переосмысление самоценности.

Негативная коммуникативная демонстративность функционирует в речевых произведениях коммуникантов, испытывающих кризис зрелости, следующий за распадом семьи, смертью супруга, потерей работы или осознанием отсутствия перспективы в жизни:

(4) *<...> я, пьяница и потаскун, грабитель и лиходей <...>* [Ф.М. Достоевский Идиот, 1868, www].

(5) *Сиятельнейший князь, я низок и душой и духом* [Там же].

В примерах (4-5) акцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность выражена негативным эпитетом (низок) и обсценными лексемами с пометой *презрит*. С помощью данных демонстративов 40-летний вдовец, отец четверых детей, злоупотребляющий алкоголем, выражает окончательное разочарование в себе, опустошенность и чувство безысходности.

Во время кризиса пожилого возраста отрицательная коммуникативная демонстративность вербализует ощущение потери смысла жизни, одиночества, отсутствие надежды на полноценную жизнь. Например,

(6) *Человек я старый, никому не нужный, ни поробить, ни в избе посмотреть... Глазами-то плохо уж вижу <...> Чтой-то уж и смерть-то словно забыла меня, касатка!* – продолжает старуха, – ровно уж и скончания житию-то не будет... а тоже хлеб ведь ем, *на печи чужое место залеживаю <...> !* [М.Е. Салтыков-Щедрин. Губернские очерки, 1857, www].

В примере (6) отрицательная демонстративность в рассказе о себе старухи-богомолки актуализируется пейоративными эпитетами (старый, никому не нужный), негативной метафорой (смерть-то словно забыла меня) и речевой стратегией самоуничтожения (на печи чужое место залеживаю), которые передают недовольство своим физическим состоянием и недееспособностью, жалость к себе.

Таким образом, акцентированная нарративная отрицательная коммуникативная демонстративность вербализует дисгармонию

психологического функционирования в диалогическом общении и монологических высказываниях коммуникантов с помощью речевой стратегии самопорицания.

Языковыми средствами её выражения являются: пейоративные гиперболические тропы (метафора, эпитеты), абстрактные существительные и клишированные фразы-констативы с негативной коннотацией, обсценные лексемы с пометой *презрит.*, восклицательные предложения-обращения, синтаксический параллелизм и последовательность риторических вопросов. Акцентированная нарративная отрицательная коммуникативная демонстративность выполняет функцию негативной аффективной саморефлексии.

2.1.3. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность

Человек сталкивается с языковым манипулированием в самых разных ситуациях взаимодействия: в общении с коллегами, членами семьи, друзьями и служащими в связи с тем, что в подавляющем большинстве случаев в процессе достижения целей между людьми не бывает полного совпадения в желаниях [Корчагина, 2009]. Манипуляции в коммуникации используются либо с корыстной, либо с альтруистической целью, имеют конструктивный или деструктивный характер [Стернин, 2009].

Когда коммуникант осознает невозможность повлиять на адресата с целью оказания ему помощи, внесения позитивных изменений в его целенаправленную деятельность и личностные свойства прямыми способами, он прибегает к акцентированной манипулятивной положительной коммуникативной демонстративности, вызывая желание подражать себе, компенсировать у себя нехватку имеющихся у говорящего превосходящих умений, заслуг или обладаний адресата.

Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность – это эмоционально-стилевая форма воздействия на реципиента, характеризующаяся преувеличенным позитивным представлением говорящим своего образа, акцентированностью позитивной доминирующей эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Манипулятивная демонстративность является элементом персуазивной коммуникации [Конькова, 2019, с. 79].

Говорящий, использующий манипулятивную демонстративность, выступает индуктором-субъектом, управляющим чувствами, внутренними стремлениями реципиента с помощью собственного яркого образа или нестандартного поведенческого алгоритма [Алисова, 2021].

Индуктор вызывает эмоциональный подъем, во время которого у реципиента активируются зеркальные нейроны, происходит разрушение имеющегося стереотипа и на основе механизма конвергенции осуществляется заимствование ключевых эмоциональных концептов у говорящего, как ответное эмоциогенное поведение [Базян, 2019].

Коммуникативными демонстративами, выполняющими функцию эмоциональных сигналов, служат вербальные средства.

Акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность наблюдается в научном, рекламном, педагогическом, административном, медицинском, юридическом, деловом, медийно-дипломатическом, религиозном, массово-информационном, спортивном, военном, политическом и бытовом дискурсах, где она способствует эффективному взаимодействию и достижению конструктивных результатов. Ситуации общения охватывают контексты, связанные с необходимостью выражения поддержки и поощрения, убеждения и оказания влияния для принятия конструктивных решений, выражения эмпатии, купирования стресса или создания позитивной атмосферы в общении, достижения цели.

Языковые особенности позитивной манипуляции могут варьироваться в зависимости от конкретной ситуации и целей общения.

Проанализируем разные коммуникативные ситуации для выявления многообразия составляющих данную тональную разновидность вербальных средств. Например,

(1) Сын: Я не хочу больше учиться. Мне это не интересно. В вуз я поступать не буду.

Мать: Так нельзя, сынок. Кем же ты будешь в жизни? Все получают образование. Посмотри на нас с отцом. У меня *два высших образования, красный диплом. Меня все уважают*, потому что я – начальник, занимаю *престижное положение в обществе!* Я *успешный человек*. Благодаря моему образованию у меня *высокий уровень жизни: я живу в элитной квартире, у меня дорогая машина, я много путешествую*. Я горжусь тем, что я *зарабатываю большие деньги*. А отец? Отец – выпускник МГУ [КЗУР, 2024].

В примере (1) акцентированная манипулятивная положительная демонстративность выражена гиперболическими мелиоративными эпитетами (престижное положение, в элитной квартире, большие деньги), гиперболой (два высших образования), с помощью которых говорящая подчеркивает свой образ успешной женщины, апеллируя к тому, что реципиенту необходимо вести себя в соответствии с предлагаемой ею социальной ролью. Демонстративная тональность в описываемой дидактической речевой ситуации используется для социализации вступающего во взрослую жизнь члена общества.

(2) Пациент 16 лет: Доктор, я плохо себя чувствую, у меня нет аппетита, сухая кожа, я потеряла вес и страдаю от боли в животе. Как исправить ситуацию?

Педиатр: Надо изменить свой образ жизни. Посмотри на меня: я – пенсионер. Но у меня нет таких проблем, о которых ты говоришь. *Я в отличной форме. У меня организм работает безупречно. У меня правильный*

вес, ровный тон лица, нет морщин. Я энергичная и оптимистичная. А всё почему? Я живу правильно: пью 2 литра воды в день, ем много клетчатки (фрукты, овощи), исключаю сдобу, пиццу, Кока-колу, плаваю в бассейне, катаюсь на велосипеде, хожу пешком! Это называется здоровый образ жизни. А ты делаешь все это? [КЗУР, 2024].

В отрывке разговора врача и пациента (2) акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность актуализируется в употреблении мелиоративных эпитетов (правильный вес, ровный тон, энергичная и оптимистичная), гиперболических эпитетов и наречий (отличная форма, работает безупречно). Главный посыл сообщения акцентируется также синтаксическими конструкциями с однородными членами предложения, синтаксическим параллелизмом и стратегией преувеличения. Этими средствами говорящий на личном примере образует в сознании адресата модель эталонного образа здорового человека, побуждающую его к смыщлению и, как следствие, изменению поведения.

(3) *Я всегда на высоте.* Ведь я точно знаю, что мой внешний вид не испортили неухоженные волосы и перхоть. Благодаря Clear они насыщены освежающим ментолом. *Волосы выглядят безупречно* [Реклама 2010-х, 09.01.2023, www].

В представленном отрывке рекламного дискурса (3) демонстративность реализуется посредством преувеличения, эмоционально-окрашенного фразеологизма с положительным компонентом «быть на высоте», гиперболического эпитета (выглядят безупречно), создающих желаемый многими женщинами образец безукоризненного внешнего вида.

(4) *Мне нравится быть сильным и выносливым.* Я не люблю быть средним. <...> *Я предпочитаю тяжелые тренировки.* Именно они дают мощный выброс гормона роста, а это важное условие, чтобы победить старость и слабость <...> *Я практикую боевые искусства, чтобы не заржаветь* [Мне 83 и я бросил вызов старости, 18.07.2022, www].

Пример (4) содержит акцентированную манипулятивную положительную демонстративность, выраженную позитивными эпитетами (сильный и выносливый) и смысловой гиперболической антитезой (тяжелые тренировки в 83 года), используя которые говорящий убеждает реципиентов заниматься спортом до преклонного возраста, чтобы сохранить высокое качество жизни.

Таким образом, полученные данные об акцентированной манипулятивной положительной коммуникативной демонстративности позволяют констатировать, что данная тональная разновидность актуализируется в продуктах речи с помощью применения разнообразных языковых средств, которые включают речевые стратегии самовозвеличивания и преувеличения, мелиоративные гиперболические тропы-акцентуаторы (эпитеты, сравнения, метафору, смысловую антитезу) и наречия, положительные эпитеты, эмоционально-окрашенные фразеологизмы с положительным компонентом, предложения с однородными членами, синтаксический параллелизм. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность выполняет функции положительной самопрезентации и убеждения.

2.1.4. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность

Манипулирование эмоциями в процессе общения является повседневной общераспространенной практикой, с помощью которой говорящие получают необходимую им выгоду от собеседника [Агаджанян, 2023]. Манипуляция в коммуникации – прием, значительно повышающий шансы на обретение желаемого в момент речи [Илюхин, 2023].

Отрицательное манипулирование не всегда сопряжено с угрозой, сарказмом и критикой адресата. Существует форма управления другим

человеком, которая строится на тщательно продуманном подчеркнутом принижении говорящим самого себя, выражающемся отрицательной манипулятивной демонстративностью. Коммуникант создает гротескную фальшивую идентичность и, выдавая её за истинную, принуждает адресата реализовать его психологические потребности [Тисленкова, 2024д].

Адресант констатирует свою инакость через эпатаж и шутовство. Чтобы получить желаемое, продуцент использует самоумаление и демонстрацию немощи, физического страдания, нравственного или телесного несовершенства и нужды. Для обретения похвалы говорящий прибегает к самопринижению. Чтобы добиться сочувствия демонстрирует самобичевание.

Такой тип манипуляции актуализируется акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративной тональностью – эмоционально-стилевой формой коммуникации, характеризующейся акцентированной презентацией своего негативного образа в процессе самопояснения, преувеличением его значимости, подчеркиванием доминирующей деструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Показное саможаление сопряжено с эмоциональной реакцией личности, показывающей себя «жертвой» негативного отношения другого человека. Не справляясь с неудовлетворительной ситуацией, говорящий использует коммуникативные демонстративы отражающие его эмоции, чтобы получить от окружающих опровержение плохого мнения о себе [Баранчукова, Кузнецова, 2023]:

(1) – Ах, говорите, ради бога, говорите! – сказал Александр, – у меня нет теперь ни искры рассудка. Я страдаю, гибну Дайте мне своего холодного разума. Скажите все, что может облегчить и успокоить *больное сердце* <...> Лизавета Александровна утешала его со всею нежностью друга и сестры. <...> Наконец страсть выдохлась в нем, истинная печаль

прошла, но ему жаль было расстаться с нею; он насильно продолжил ее, или, лучше сказать, создал себе искусственную грусть, играл, красовался ею и утопал в ней. Ему как-то нравилось играть роль страдальца. *Он был тих, важен, туманен*, как человек, выдержавший, по его словам, удар судьбы, – говорил о высоких страданиях, о святых, возвышенных чувствах, смятых и втоптанных в грязь <...>. *Неужели судьба послала меня в мир для того, чтоб все, что было во мне высокого, принести в жертву ничтожеству?*» [И.А. Гончаров. *Обыкновенная история*, 1847, www].

В примере (1) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выражена метафорической литотой (ни искры рассудка), синекдохой с негативной коннотацией (больное сердце), возрастающей градацией отрицательных глаголов (страдаю, гибну), интенсифицирующей частицей-фразеологизмом (ради бога), риторическим вопросом, содержащим антитезу (высокое – ничтожество), речевой стратегией саможаления, акцентирующими тягостные ощущения говорящего, которые он испытывает после предательства девушки и создающими образ страдальца, вызывая ответную реакцию у адресата (Лизавета Александровна утешала его со всею нежностью друга). В описанной ситуации акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выполняет аттрактивную, экспрессивную и воздействующую функции.

Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность окрашивает крайнюю форму самопрезентации – **эпатаж**, который заключается в высказывании открытой негативной оценки, свободном выражении своих мыслей в резкой и циничной форме, обращении к темам-табу, выражении сомнения в общечеловеческих ценностях, рассказе о социально порицаемых эпизодах своей биографии [Павленко, 2012; Денисенко, 2022]:

(2) Ну, что ж мне вам сказать … я любил вас! Это и прежде не имело никакого смысла, а теперь подавно [И.С. Тургенев. Отцы и дети, 1862, www].

В высказывании (2) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность, актуализированная риторическим тропом парадокса с негативным коннотативным значением, усиленным антитезой (прежде – а теперь, любил – не имело никакого смысла) служит для самоутверждения говорящего, выполняя функции самопроявления и воздействия. Произносимое коммуникантом провокационное парадоксальное сообщение приводит адресата в состояние замешательства своей неожиданностью. Вместе с тем, манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность доставляет продуценту моральное удовлетворение, так как позволяет самоутвердиться за счет унижения более интеллигентного реципиента.

Акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность содержится в коммуникативно-речевой стратегии **юродства**, связанной с трансляцией показной глупости или безумия. Демонстративом служит тактика игрового переосмыслиения, осмеяния социально-культурных концептов и стереотипов [Бочкарева, 2013; Мотеюнаите, 2006]. Например,

(3) – Сударыня, – не слушал капитан, – я, может быть, желал бы называться Эрнестом, а между тем принужден носить грубое имя Игната, – почему это, как вы думаете? Я желал бы называться князем де Монбаром, а между тем я только Лебяжкин, от лебедя, – почему это? Я поэт, сударыня, поэт в душе, и мог бы получать тысячу рублей от издателя, а между тем принужден жить в лохани, почему, почему? <...> – Сударыня, я еще не помешан! Я буду помешан, буду, наверно, но я еще не помешан! <...> Он точно ослеп; он был во вдохновении; он чувствовал свою значительность;

ему наверно что-то такое представлялось [Ф.М. Достоевский. Бесы, 1872, www].

В примере (3) средствами реализации акцентированной манипулятивной отрицательной коммуникативной демонстративности служат негативные гиперболические тропы – эпитеты (помешан) и метафора (жить в лохани), а также лексический повтор, риторические вопросы (почему, почему?) и восклицательные предложения. Коммуникант показывает свое утрированно-комическое представление, выставляя себя в качестве объекта осмейния. Демонстративная тональность в данной ситуации несет воздействующую функцию.

Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность оформляет коммуникативную стратегию **шутовства**. Говорящий прибегает к умышленному самоуничтожению, маргинальности в отношении социальных ценностей, самопародии и самопрофанации, смешит собой, своим акцентированным антиповедением:

(4) *Я шут коренной, с рождения, все равно, ваше преподобие, что юродивый; не спорю, что и дух нечистый, может, во мне заключается, небольшого, впрочем, калибра, поважнее-то другую бы квартиру выбрал, только не вашу, Петр Александрович, и вы ведь квартира неважная.*

– Федор Павлович, это несносно! <...> к чему вы ломаетесь? – дрожащим голосом проговорил, совершенно уже не сдерживая себя, Миусов. <...> *Для того и ломаюсь, Петр Александрович, чтобы милее быть.* А впрочем, и сам не знаю иногда для чего [Ф.М. Достоевский. Братья Карамазовы, 1880, www].

В примере (4) манипулятивная негативная демонстративность актуализируется в отрицательных гиперболических эпитетах, которыми говорящий характеризует себя (шут коренной, дух нечистый) и гиперболическом сравнении (все равно, что юродивый), осуществляя развлекательную функцию.

Самоумаление, строящееся на акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративности, заключается в подчеркнутом преуменьшении своей значимости и личностных качеств для оказания максимального давления на реципиента. Например,

(5) – Крестьян Иванович! – начал опять господин Голядкин *тихим, но многозначащим голосом, отчасти в торжественном роде и останавливаясь на каждом пункте.* – Крестьян Иванович! Вошедши сюда, я начал извинениями. Теперь повторяю прежнее и опять прошу вашего снисхождения на время. Мне, Крестьян Иванович, от вас скрывать нечего. *Человек я маленький, сами вы знаете; но, к счастию моему, не жалею о том, что я маленький человек.* <...> Крестьян Иванович что-то пробормотал себе под нос; потом придинул кресла к столу и довольно сухо, но, впрочем, учтиво объявил ему <...> что тотчас пропишет, что следует [Ф.М. Достоевский. Двойник, 1846, www].

В ситуации (5) тональными средствами манипуляции, помогающими говорящему казаться смиренным и скромным в глазах адресата, являются отрицательные эпитеты (я маленький человек) и лексический повтор. Самопринижение показывает продуцента слабым и зависимым от адресата, подталкивает его к проявлению благородства и оказанию помощи (учтиво объявил ему <...> что тотчас пропишет, что следует). Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выполняет прагматическую функцию убеждения.

Самобичевание состоит в показательном осуждении своих поступков, пороков и недостатков. При помощи акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративности говорящий картино обвиняет себя, транслирует осознание вины и раскаяние с целью получить эмоционально-словесную поддержку или одобрение:

(6) Ераст: (горячо обнимает и целует её) Вот вам и обида-с!

Вера Филипповна: Ай! (отбегает)

Ераст: Ну, казните!

Вера Филипповна: Как же ты? ... Зачем это? (отирает слёзы)

Ераст: *Приказывайте, что мне над собой делать!*

Вера Филипповна тихо плачет.

Уж теперь *самому-то в омут броситься будет мало для меня, а утопить меня надо с камнем за мое невежество.*

Молчание [А.Н. Островский. Сердце не камень, 1879, www].

(7) *Я презренный негодяй, подлец* Каждый честный человек имеет полное право сказать мне это в лицо <...> .

– Но в чем дело, расскажи толком? – спросил последний, привыкший к припадкам самобичевания своего приятеля [Н.Э. Гейнце. Аракчеев, 1893, www].

В примерах (6-7) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность актуализируется при помощи фокусирующих внимание реципиента на пороке продуцента отрицательных существительных (негодяй, подлец), негативных эпитетов (презренный), повелительных предложений, призывающих к порицанию говорящего (Приказывайте, что мне над собой делать!) и клишированных фраз с отрицательной коннотацией (броситься в омут). Указанные тональные средства используются для того, чтобы вызвать сопереживание у адресата. Коммуникативная демонстративность несет конативную функцию.

Таким образом, лингвистическими средствами выражения акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративности являются метафорическая литота, синекдоха с негативной коннотацией, возрастающая негативная градация, интенсифицирующие частицы, парадокс с отрицательным коннотативным значением, антитеза, негативные гиперболические тропы (сравнение, эпитеты), лексический повтор, клишированные фразы с отрицательной коннотацией, синтаксические

средства – риторические вопросы, восклицательные и императивные предложения.

Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность выполняет аттрактивную, воздействующую, развлекательную, персуазивную и конативную функции, реализует речевые стратегии жалости к себе, эпатажа, юродства, шутовства, самоумаления и самобичевания.

2.2. Полимодальные способы выражения демонстративности

Коммуникант во всей полноте раскрывает собственную индивидуальность в своих проявлениях в процессе взаимодействия с другими людьми [Теркулов, Тамерьян, 2023]. Образ интерактанта создается с помощью коммуникативной демонстративности, выступающей средством семиотизации личности, выражающей его самоценность и самооценку в разнообразных коммуникативных актах.

Коммуникативная демонстративность в процессе отображения и трансляции означающего реализуется полимодальными семиотическими средствами: вербальными, невербальными и их сочетанием, воспроизведимыми и адекватно воспринимаемыми всеми членами общества [Золян, 2020, с. 10]. Указанные семиотические ресурсы представляют собой языковые единицы, предметы, символы, иконы, индексы, знаки, действия, оценочно-эмоциональные отношения, способы их организации и образуют коммуникативные демонстративы. Они используются для взаимодействия, так как являются способом социокультурного означивания, сохранения опредмеченного в них отношения и социального опыта [Van Leeuwen, 2005].

Данные средства коммуникативной демонстративной тональности имеют знаково-символический характер в связи с тем, что ассоциированы с социально-практической деятельностью.

Для вещей и ритуализированной активности в контексте той или иной культуры характерна не меньшая семиотичность, чем для языковых текстов [Слыскин, 2004]. Например, национальный танец или народный обряд имеют спектр значений, определяемых актами, в которых они функционируют [Воробьев, 2017; Тульчинский, 2021].

Исходя из вышеизложенного, определяются следующие способы выражения коммуникативной демонстративности межличностного символического взаимодействия: 1) языковые (лексические, синтаксические, фразеологические), 2) неязыковые и 3) смешанные.

2.2.1. Языковые способы выражения демонстративности

Вербальный язык является ведущим репрезентативным средством коммуникативной демонстративности.

Лексико-синтаксические и фразеологические демонстративы функционируют в речевых ситуациях положительной или отрицательной самопрезентации. Например,

(1) *Я – суперзвезда, икона стиля, легенда. Я столько сделал для страны! <...> Я купаюсь в лучах своей славы* [RuTube, 13.09.2022, www].

В примере (1) акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность в высказывании известного стилиста выражена существительными с позитивным гиперболическим значением (суперзвезда, легенда, слава), деформированным фразеологизмом «греться в лучах славы» (купаться в лучах своей славы) и восклицательным предложением с усилительным числительным «столько», которые передают гордость говорящего за себя, высокую оценку своих достижений.

(2) *Ребята, я – неудачник. У меня столько было неудачных бизнесов. С 28 лет ищу себя. <...> Я сжёг семь лет своей жизни и кучу денег <...>. И*

это ужасно. И так скажут многие [Я неудачник и ничего не добился в жизни, 19.07.2023, www].

В примере (2) представлена акцентированная нарративная отрицательная коммуникативная демонстративность, реализуемая негативным существительным (неудачник), пейоративным эпитетом (неудачные бизнесы), негативной гиперболической глагольной метафорой (сжёг семь лет своей жизни) и назывным предложением с отрицательной коннотацией (И это ужасно), которые транслируют самоунижение говорящего.

Верbalный текст – это только один из видов самовыражения коммуниканта наряду с другими знаковыми системами [Гальперин, 2006; Тульчинский, 2021]. Знаки референтов существуют, указывая на иные знаки, с которыми они реально взаимодействуют и воздействуют на разум реципиента, способствуя осмыслению предъявляемой информации и формированию мнения. Таким образом, материальное поле демонстративной тональности образовано всеми существующими типами знаков.

2.2.2. Неязыковые способы выражения демонстративности

Неязыковые способы актуализации коммуникативной демонстративности связаны с символами, представляющими объект, заключающими в себе дополнительный смысл и обладающими конвенциональным и иконическим характером. Символы представляют знаки смысла, который они выражают, раскрывают скрытые уровни реальности, имеют созидательный характер, участвуя в том, на что указывают [Махлина, 2019].

Коммуникативный демонстратив – это декларативно-репрезентативная единица коммуникативного акта демонстративной тональности, выражаемая средствами семиотической полимодальности,

отражающая вариативность личной идентичности продуцента и используемая для управления впечатлением о себе [Тисленкова, 2024ж].

Коммуникативные демонстративы указывают на социально-психологические характеристики коммуниканта, его душевное и эмоциональное состояние и социальный статус. Каждый коммуникативный демонстратив носит уникальный характер и создается конкретной личностью. Тем не менее, значительная их часть вскоре превращается в стереотипы, а позже – в шаблонные способы самоподачи, поскольку человеческое мышление опирается на устоявшиеся модели поведения и стандартизованные эмоциональные реакции.

Функциональная доминанта коммуникативного демонстратива заключается в актуализации ведущего механизма дискурса – знаковой координации взаимодействия коммуникантов.

Коммуникативными демонстративами могут выступать действия, явления, предметы, понятия, слова, тексты, изображения, звуки, так как они имеют символическое значение и используются человеком для утверждения себя в отношениях с другими, обозначения своего статуса, приверженности определенным символическим структурам.

Демонстративное действие – это коммуникативный демонстратив, заключающийся в осознанном совершении яркого, неординарного поступка с целью обратить внимание окружающих на свои переживания, мысли и важные для личности качества. Например,

(1) Он умолк и стал смотреть с лаской на Федора Ивановича. Потом достал из кармана большой клетчатый платок – собрался протереть лежавшие на столе очки. Протянул руку к очкам, но в этот момент из платка просыпалась на стол земля. Академик развеселился:

– Хух-х! От черт! Это ж я так и не вытряхнул платок! Понимаешь, вчера на лекции достаю платок и оттуда вот так – земля! Это я по делянкам лазил и вот – набрался … . Любит старика земля, а? Так и лезет везде.

Растягивая головой, смахивая землю на пол [х/ф «Белые одежды», 1993, www].

Пример (1) содержит неакцентированную манипулятивную положительную коммуникативную демонстративность, реализующуюся через демонстративное действие (достал из кармана большой клетчатый платок... из платка просыпалась на стол земля). Так литературный герой, академик К.Д. Рядно, всячески подчеркивает свою народность и крестьянское происхождение для достижения личной выгоды: завоевания безусловного доверия к своей работе в научных кругах. Ученый превращает указанное эффектное действие в ритуал, который он периодически проводит перед студентами и аспирантами во время лекций и выгодными для его карьеры людьми. Коммуникативный демонстратив создает образ честного труженика (по делянкам лазил и вот – набрался) и выполняет презентативную, конативную и аттрактивную функции.

Демонстративный образ – это коммуникативный демонстратив, который основывается на ярком внешнем виде продуцента, включающем контрастирующую с ситуацией общения или его обычным образом одежду, обувь, прическу, макияж, количество или вид татуировок, украшения, вызывающие сильный эмоциональный отклик у адресата с целью самопрдвижения и принуждения адресата к признанию своей значимости. Например,

(2) Я увидел, что *невеста в подвенечном убore завяла, так же как самый убор и цветы, и ярким в ней остался только блеск ввалившихся глаз*. Я увидел, что *платье, когда-то облегавшее стройный стан молодой женщины, теперь висит на иссохшем теле, от которого осталась кожа да кости.* <...> Теперь *скелет и восковая фигура, казалось, обрели темные глаза, которые жили и смотрели на меня.* <...>

– Ты не боишься женщины, которая за все время, что ты живешь на свете, ни разу не видела солнца? <...>

– Что это у меня?

– Сердце.

– *Разбитое!*

Она выговорила это слово горячо, настойчиво, с загадочной, точно горделивой улыбкой <...> Мисс Хэвишем сидела, глядя на нас, подобная труппу <...> [Ч. Диккенс. Большие надежды, 1860, www].

В примере (2) коммуникативным демонстративом служит демонстративный образ страдания (покинутая невеста в подвенечном платье), который мисс Хэвишем выбрала для публичной трансляции своего горя и опустошенности после того, как её жених сбежал из-под венца, когда она была молодой. С момента несостоявшейся свадьбы богатая старая дева не выходит из дома, живет без солнечного света, подчеркнуто носит свадебный наряд. Убранство ее дома: несъеденные в тот день свадебные угощения, фата и украшения, которые она не успела надеть, лежащие на праздничном столе, и часы, остановленные на времени церемонии, – все это также рассчитано на утверждение собственной нравственной безупречности в глазах окружающих и понуждение реципиентов сочувствовать её положению.

Демонстративная просодия – это коммуникативный демонстратив, который строится на основе нарочитой модуляции голоса (тона, тембра, темпа речи и паузации), передающий преувеличенные эмоции для обозначения субъективного отношения или сокрытия истинных чувств говорящего. Например,

(3) – Целая история! Мой мужик-то, душа из него вон . . . Изменник оказался . . . *Жени-ился!*

Есть у некоторых врачей манера говорить с больными – *громкий голос, бодрый тон, шутки. Мол, ничего страшного не случилось.* А тут больная, да еще сильно обиженная *разговаривала со здоровым человеком таким же докторским веселым тоном*, чтобы, чего доброго, не вздумали ее жалеть . . . –

Женился, паразит! Мужичья природа [В.Д. Дудинцев. Белые одежды, 1987, www].

В примере (3) героиня, в прошлом ведущая актриса театра, оставшаяся парализованной из-за незаконной операции, на которой настоял ее возлюбленный, рассказывает о его свадьбе средствами демонстративной просодии, реализуемой типичными для оптимистически настроенного человека свойствами речи: громким голосом, бодрым тоном, шутками (мужичья природа), произнесением слов нараспев (Жени-ился!). Данный вид коммуникативного демонстратива используется для сокрытия чувства обиды.

Демонстративный объект – разновидность коммуникативного демонстратива – предмет, который применяется как невербальное средство самопрезентации. Например,

(4) 56-летний стилист всегда имел *эпатажный образ*. Он любит яркие наряды и драгоценности. Также он может похвастаться целой коллекцией корон из золота с бриллиантами и алмазами. Благодаря одной из них артист вошел в историю страны. Вчера ему вручили специальный сертификат, подтверждающий, что *он является обладателем самой высокой короны в России* [Starhit.ru, 24.10.2019, www].

Пример (4) содержит упоминание демонстративного объекта (самая высокая корона в России), с которой позирует перед журналистами знаменитый стилист. Демонстративная тональность призвана подтвердить высокий статус визажиста, его близость к элите и большие заслуги в шоубизнесе.

Демонстративная идея – коммуникативный демонстратив, заключающий в себе эксцентричную или провокационную мысль, идущую вразрез общепринятым мировоззрению, призванную зафиксировать доминирующее положение адресанта.

(5) – Скажу тебе в утешение, – промолвил Базаров, что мы теперь вообще над медициной смеемся и ни перед кем не преклоняемся.

– Как же это так? Ведь ты доктором хочешь быть?

– Хочу, да одно другому не мешает [И.С. Тургенев. Отцы и дети, 1862, www].

В беседе с Кирсановым (5) Базаров выдвигает демонстративную идею (мы теперь вообще над медициной смеемся) для того, чтобы поразить собеседника смелостью своего мышления, показать имеющуюся у него широту взглядов.

Демонстративное изображение – коммуникативный демонстратив, визуальное символическое представление себя для персонализации и самопродвижения. Это может быть юзерпик, автопортрет или сэлфи. Например, на аватарке коммуниканты подают себя через образы животных, персонажей из мультфильмов, популярных людей, кинозлодеев, героев и соблазнительниц [Зайцева, 2022, с. 432].

Проведенный анализ позволил выделить шесть способов неязыковой реализации демонстративной тональности: 1) демонстративное действие, 2) демонстративный образ, 3) демонстративная просодия, 4) демонстративный объект, 5) демонстративная идея и 6) демонстративное изображение.

2.2.3. Смешанный способ выражения демонстративности

Смешанный способ выражения демонстративной тональности актуализируется сочетанием языковых и неязыковых коммуникативных демонстративов в одном акте речи.

Наиболее сложным по структуре коммуникативным демонстративом смешанного типа является лингвистический гештальт – социосемиотический комплекс, организованный разнообразным опытом человека, включающий

образ, мысли, чувства, моторную и речевую деятельность, фрейм, схему и сценарий, представленные в одной единице речевого общения, предъявление которой позволяет мгновенно расшифровывать всю содержащуюся в ней информацию [Лакофф, 1996, с. 60-62]. Гештальт представляется следствием целостного восприятия языковой личности говорящего [Ходоренко, 2011, с. 193].

В речи индивида коммуникативные демонстративы имеют уникальный характер. Однако многие из них становятся стереотипными, а затем шаблонными формами самовыражения. Так как мышление человека основывается на общепринятых образцах поведения и типизированных эмоциональных реакциях, человек часто отождествляет себя с той или иной идеологией (социально-политической, религиозной, национально-этнической, общественной), культурой или субкультурой, перенимая составляющие их знаки, чтобы модифицировать свои поведенческие модели и стиль общения по заданному образцу [Хальбвакс, 2015, с. 107]. Например,

(1) (пионер выходит из строя) Я, Сыроедин Эдик, вступая в ряды Всесоюзной пионерской организации имени Владимира Ильича Ленина, перед лицом своих товарищей торжественно обещаю: горячо любить свою Родину. Жить, учиться и бороться, как завещал великий Ленин, как учит Коммунистическая партия. Всегда соблюдать законы пионеров Советского Союза. Всегда готов! (говорящий отдает пионерский салют Красному Знамени) [х/ф «Ох уж эта Настя!», 1971, www]

В примере (1) акцентированная демонстративная тональность выражается лингвистическим гештальтом «советский пионер» – целостной лингвосемиотической конструкцией – образом, состоящим из фрейма «посвящение в пионеры», в котором речевая деятельность говорящего строится на ритуальном произнесении торжественной клятвы, моторной деятельности, включающей строевую стойку, строевой шаг, пионерский салют Красному Знамени. Лексико-семантическое поле данного

высказывания объединяет в себе идеологические клише агитационно-массовой деятельности советского периода: Всесоюзная пионерская организация, В.И. Ленин, Коммунистическая партия, Советский Союз. Схема, используемая в данном отрывке речи, основывается на синтаксическом параллелизме, являющимся средством эмфазы. Образами-символами выступают форма и атрибутика пионера. Произносимая пионером речь показывает типичную направленность на нравственное самосовершенствование, готовность совершать хорошие поступки на благо нуждающихся в помощи и общества в целом.

Благодаря коммуникативной демонстративности реализуемой лингвистическим гештальтом, одномоментно передающим устойчивые коллективно-типические особенности групп людей, адресат мгновенно распознает лингвокультурную или идеологическую идентичность говорящего и посыл его сообщения.

Таким образом, коммуникативная демонстративность интегрирует языковые, сенсорные, материальные и двигательные элементы для комплексной передачи идей и идентичности, выполняя функции управления чувствами адресата и впечатлением говорящего о себе. Структурной единицей данной тональности является коммуникативный демонстратив, который представляет собой декларативно-репрезентативный элемент, реализующийся средствами семиотической полимодальности: языковыми и неязыковыми средствами.

Вербальными средствами выражения коммуникативной демонстративности являются лексические, синтаксические и фразеологические единицы. Невербальными способами актуализации демонстративной тональности служат демонстративное действие, демонстративный образ, демонстративный объект, демонстративная просодия, демонстративная идея и демонстративное изображение.

Смешанные формы реализации коммуникативной демонстративности включают лингвистический гештальт.

2.3. Акцентированная демонстративность в разных типах дискурса

Акцентированная демонстративность играет важную роль в коммуникации, проходящей в рамках разных видов деятельности человека: в процессе осуществления научной и трудовой деятельности, укрепления здоровья, получения образования и медицинской помощи, выполнения гражданского долга, реализации гражданских прав.

Данная часть исследования фокусируется на рассмотрении свойств акцентированной коммуникативной демонстративности в персональном, научном, административном, спортивном, медицинском, юридическом, политическом, деловом, педагогическом, массово-информационном, рекламном, военном, медийно-дипломатическом и религиозном дискурсах.

Прежде, чем мы перейдем к непосредственному изучению демонстративности, необходимо отметить, что мы выделяем данные типы дискурса исходя из субъектного подхода – по участникам взаимодействия [Карасик, 1998]. Демонстративная тональность проявляется в характеристиках участников и режиме общения между ними (устном или письменном).

Наряду с реальным дискурсом анализируется художественно воспроизведенный дискурс в связи с ограниченным доступом к непосредственному восприятию коммуникации. Вторичный дискурс соответствует первичному, основывается на действительном взаимодействии в типичных условиях и воспроизводит его достоверные характерные черты.

2.3.1. Акцентированная коммуникативная демонстративность в персональном дискурсе

Акцентированная демонстративная тональность функционирует в персональном дискурсе в нарративной и манипулятивной формах, раскрывая внутренний мир коммуниканта и воздействуя на адресата. Коммуникативная демонстративность выступает механизмом семиотизации личности, отражая переживание самоценности продуцента речи [Серебренникова, 2013].

Целостность я-концепции является обязательным условием коэкзистенции с другими людьми в обществе. В связи с тем, что самовосприятие человека состоит из множества мнений о нём, он постоянно испытывает необходимость в сведении этого разнообразия к единой интерпретации через дискурсивное конструирование своей субъективности [Martín-Talavera et al., 2023]. Взаимодействуя с другими людьми, говорящий передаёт информацию о своей личности так, чтобы сформировать у адресата образ, совпадающий с его мнением о себе. Это даёт возможность субъекту поддерживать самоуважение и сохранять целостность его [Bueno-Pacheco et al., 2023].

Психологи отмечают, что человек проявляет себя во внешнем мире через самораскрытие. В персональном дискурсе говорящий транслирует направленность своей личности, в которую входят самооценка, черты характера, убеждения, взгляды, мировоззрение, идеалы, интересы, желания, влечения и склонности [Едамова, 2023]. Например,

(1) Эта часть моей жизни ... эта *совсем маленькая её часть* ... называется *счастье*. # В *спокойствии* и счастье. *Слуга Господа. Последовательница Христа. Жена. Мать 10 детей. Учитель на дому* [RuTube, 2024, www].

В представленном видео (1) женщина позирует перед камерой со своим мужем в окружении их десятерых детей. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность, реализуемая антитезой (маленькая её часть – мать 10 детей), литотой (совсем маленькая), абстрактными существительными с положительной коннотацией (счастье,

спокойствие), мелиоративной гиперболической метафорой (Слуга Господа. Последовательница Христа) и эмоционально окрашенными лексическими единицами (Жена. Мать), создает одобряемый обществом имидж праведной женщины с высоким моральным сознанием, выполняющей свое предназначение: быть преданной женой и хорошей матерью.

Акцентированная демонстративная тональность позитивной самоактуализации направлена на сохранение и поддержание положительного «я» субъекта, базируется на ценностях личности [Тисленкова, 2024г]. Она используется для внушения самому себе уверенности в своем соответствии детерминантам успешности, что позволяет находиться в гармонии с собой и социумом:

(2) И сейчас мы *всей семьей* вылетаем на Мальдивы. <...> А еще на Мальдивах мы будем праздновать мой день рождения. <...> *Я сейчас немножко такая в приподнятом настроении. Я сейчас вам всё покажу от и до.* Остановимся мы *в самом лучшем отеле* на Мальдивах. То есть, *в самом роскошном, в самом классном... .* <...> (заходит в отель). *Aaaa, ребята, как красиво! Я в шоке! Очень красиво! Нереально! Bay!* [День рождения на Мальдивах в самом дорогом отеле!, 2023, www].

В видео сторис (2) интернет-инфлюенсер позиционирует себя, как богатую женщину, ведущую роскошный образ жизни средствами явной манипулятивной положительной коммуникативной демонстративности: речевой стратегией хвастовства, преувеличения (всей семьей, всё покажу от и до) и гиперболическими эпитетами (самом лучшем, самом роскошном, самом классном). Средствами эмфазы выступают такие лексико-синтаксические демонстративы, как лексический повтор, синтаксический параллелизм, восклицательные предложения, междометия-усилители (Aaaa! Bay!) и клишированные фразы (Я в шоке! Очень красиво! Нереально!), фокусирующие внимание реципиентов на исключительности говорящей.

Положительная демонстративность в персональном дискурсе включает в себя не только вербальные высказывания, но и невербальные сигналы, такие как мимика, жесты, просодические средства и материальные знаки. В акте коммуникации демонстративная тональность, языковой способ обозначения самости, служит механизмом передачи ноэмы «я» как я-гештальт структуры:

(3) *Hola, amigos. Bienvenidos!* Что значит: добро пожаловать. Друзья, в этом видео я хочу показать вам свою коллекцию кукол, потому что я *переехал жить в Доминикану* и расставил кукол по-новому. # Обзор на всю мою коллекцию кукол, которую я смог с собой перевезти *из провинции в Доминикану! Коллекция базовых кукол Monster High, Pullip, Ever After High.* [RuTube, 2023, www].

В этом отрывке речи (3) коммуникативными демонстративами служат испанизмы, антитеза, коммерческие названия (вербальные средства), а также предметы – дорогие брендовые куклы, пользующиеся огромной популярностью у коллекционеров, и интерьер квартиры на острове Гаити (невербальные средства), подчеркивающие принадлежность говорящего к социально-престижной группе.

Коммуниканты используют акцентированную положительную демонстративную тональность с разными целями. В персональном дискурсе, где продуцент представляет себя и выражает свои мысли, положительная демонстративность формирует желаемый для себя образ. Данная тональная разновидность помогает удерживать баланс между я-идеальным и я-реальным. Также, рассматриваемая тональность помогает занять доминирующее положение в ситуации общения, задать параметры взаимодействия с собой, завоевать уважение и получить одобрение:

(4) Интервьюер: Что модно в этом сезоне на ваш взгляд?

Женщина-продавец: *Mango colours.* Шёлк очень модный. Очень модны пиджаки с какими-то *details.* Брюки модно. *Capri pants* модно. И это все *on*

design. Джинсы он очень красивые делает. Можно надеть *Capri* джинсы, красивую блузку под низ и накинуть *jacket*. Можно так на работу выйти. Можно так пойти погулять потом. Так что он *universal*. И модно всё [Смотря какой fabric, 2023, www].

В данном отрывке речи (4) продавщица женской одежды крошечного магазина использует положительную демонстративность, выраженную англицизмами, которая передает её завышенную самооценку, акцентирует преувеличенное чувство собственного достоинства. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность в этом интервью призвана сформировать образ человека, хорошо разбирающегося в веяниях моды.

Основным аспектом акцентированной положительной демонстративности является выделение своих преимуществ, достижений и компетенций в таких ситуациях общения, как: встречи и мероприятия, рабочие ситуации, онлайн-среда и бытовая коммуникация. Речевые жанры включают самопрезентацию, автобиографический рассказ, интервью, публикации в блогах (посты, комментарии, сторис, хештеги, инфографику, ревью и рекомендации):

(5) Я станцевал танец «Рандеву». Он у меня разлетелся *по всему интернету*, и это начали повторять все блогеры сети. <...> Пошли миллионные просмотры. Меня друзья встретили радостно [RuTube, 2023, www].

Говорящий (5) прибегает к акцентированной манипулятивной положительной коммуникативной демонстративности, выраженной мелиоративной гиперболой, с целью констатации своей успешности и самопрдвижения в СМИ.

Посредством акцентированной манипулятивной положительной демонстративной тональности коммуникативная личность проявляет себя в наглядной подаче своего социального статуса, жизненных достижений,

личных переживаний, качеств характера, объема знаний с целью поддержания высокой самооценки и удовлетворения своего тщеславия [Тисленкова, 2024б].

Живя в обществе, люди постоянно пытаются вписаться в эталон успешности, подразумевающий высокий уровень материального благосостояния, изобилие, комфорт, статусное потребление и престижные развлечения, а также доказать свое превосходство над окружающими. Однако это удается не всем. Возникающая при этом фрустрация, находит свое выражение в акцентированной отрицательной демонстративности, когда интернализованная стигма используется в качестве компенсирующего коммуникативного демонстратива. Помимо социальной неудовлетворенности, акцентированная отрицательная демонстративная тональность отражает и личностную фрустрацию, возникающую на определённых этапах жизни человека.

Многие исследователи подчеркивают существование в обществе неформального, протестного самовыражения, усиленного противостоянием традиционным социальным взглядам в связи с тем, что в коммуникативной среде одобряется образ человека без предрассудков, бунтаря и нонконформиста [Грушевская, 2021; Дубских, 2019].

Повсеместно приветствуется оригинальность, своеобразие и эпатаж [Синельникова, 2009]. Интернет-блогеры призывают выражать свою индивидуальность, не притворяясь и не скрывая своих мыслей, даже если это противоречит нормам.

Акцентированная отрицательная демонстративность может быть направлена на себя и на адресата в зависимости от мотивов говорящего [Krämer, Winter, 2008]. То есть, она облекается в форму нарративной или манипулятивной демонстративной тональности.

В ситуации фрустрирующего воздействия жизненных обстоятельств у людей значительно уменьшается самоценность «Я» и замещается на её субституты [Гудзовская, Добрынина, Мышкина, 2023].

Акцентированная отрицательная коммуникативная демонстративность находит выражение в актах информационной аутоагрессии, когда продуценты представляют окружающим унижающий самих себя контент с целью создания личной уникальности, привлечения к ней внимания и снятия с себя ответственности за социальную несостоительность [Яцухно, 2023; Тисленкова, 2024в]. Коммуникативными демонстративами могут выступать действия, явления, предметы, понятия, слова, тексты, изображения, звуки, так как они имеют символическое значение и используются человеком для утверждения себя в отношениях с другими, обозначения своего статуса, приверженности определенным символическим структурам [Левада, 2001, с. 8]. Чаще всего коммуниканты самовыражаются через демонстрацию следующих стигм: модификации тела и гендера, токсикоманической зависимости, инфантильности, гипертрофированных эмоциональных всплесков, девиантного поведения и наличия психического заболевания.

Основным аспектом акцентированной отрицательной демонстративности является интенсивное выделение своих недостатков в таких ситуациях общения, как: бытовая коммуникация, встречи и мероприятия и онлайн-среда. Речевые жанры включают самопрезентацию, автобиографический рассказ, интервью, публикации в блогах (посты, комментарии, сторис, хештеги, инфографику, реview и рекомендации):

(6) *Я большая страшная панда.* Только меня никто не боится [КЗУР].

В высказывании молодого человека (6) акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность актуализирована с помощью демонстративного образа (костюм животного ярко оранжевого цвета), демонстративного действия – ролевого девиантного поведения и языкового демонстратива, выраженного гиперболическим

отрицательным эпитетом (большая страшная панда), призванных скрыть личностную нереализованность.

(7) Вот ты говоришь – я похудел. (Вдруг громко кричит) Да потому что *тогда я весил 100 килограмм – свинья поганая, а сейчас более-менее чуть-чуть постройнел!!!* [КЗУР].

Говорящий (7) употребляет акцентированную манипулятивную отрицательную демонстративность, объективированную в демонстративном действии (немотивированной эксплозии), просодических демонстративах (громкая речь с напором, высокий тембр голоса), чрезмерной жестикуляции, которыми он принуждает реципиента считаться с собой. Среди языковых средств выделяются гипербола, выраженная интенсифициирующими наречиями «более-менее», «чуть-чуть», антитеза (тогда-сейчас), инверсия, субстандартная метафора, которыми говорящий описывает себя, как человека, подверженного слабостям. Акцентированная отрицательная коммуникативная демонстративность в высказывании артиста маскирует профессиональную невостребованность, невозможность творческой реализации в театре и кино.

Эксплицитная отрицательная демонстративность как проявление личностной фruстрации обнаруживается в речи говорящих в период нормативных кризов развития. Так, старший возраст является основанием для конфликта поколений, возникающего вследствие понижения социального статуса пожилых коммуникантов, утраты доминирующего положения в семейной иерархии. Конфликтный характер общения зрелого человека с молодежью предопределяет функционирование акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративной тональности в их речи. Например,

(8) Пожилой отец (взрослому сыну): В этом доме ты единственный, кто не имеет права на выражение собственного мнения. *Я в последний раз*

говорю: если Марианна в этом доме, значит, я *так хочу. Единственный, кто здесь командует – это я* [х/ф «Богатые тоже плачут», 1979, www].

В примере (8) акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность реализуется речевой стратегией конфронтации, менторским тоном, частым употреблением местоимения «я», инверсией, акцентированным преувеличением (я в последний раз говорю, единственный), условным предложением и модальным глаголом «хотеть», которые помогают отцу искусственно удерживать свой авторитет в семейных отношениях. Демонстративная тональность здесь выполняет компенсирующую функцию.

(9) *Я ничего не хочу. Это самое безумное и самое страшное, что можно сказать в таком месте, как Америка. У меня нет амбиций. На самом деле нет.* [RuTube, 2021, www].

В речи 61-летнего актера (9) акцентированная нарративная отрицательная коммуникативная демонстративность, актуализируемая отрицательным местоимением «ничего», лексическим повтором отрицательных частиц «не», «нет» и гиперболическими отрицательными эпитетами (самое безумное и самое страшное), описывает образ человека кризисного периода поздней зрелости, его переживание, связанное с отходом от дел, пассивностью, отсутствием желания продолжить профессиональную самореализацию и выполняет функцию катарсиса.

Кризис юности сопряжен с противоречивой самооценкой и поиском самоценности. Например,

(10) *Я – конченое ничтожество. <...> Но я красив в этом. Я уникален, и в этом моя суть. И в этом моё место. Да! (бьет себя в грудь) Я такой, какой я есть! И я восхищаюсь собой, хоть сам – ничтожество и конченый навозный червяк* [Идущий к Реке. Монолог, 2019, www].

В монологе (10) акцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность реализуется в употреблении отрицательных

гиперболических эпитетов (конченый, никчемный), абстрактных существительных с негативной коннотацией (ничтожество), метафоры с уничижительным значением (навозный червяк), антитезы, клишированной фразы (Я такой, какой я есть!). Данное тональное средство создает у реципиента портрет юноши-максималиста неуверенного в себе и не обладающего устойчивым самосознанием и идентичностью.

Акцентированная отрицательная демонстративная тональность как результат проблемной фрустрации находит отражение в автореферентном критическом дискурсе в ситуации невозможности решения проблемы. Индивид высказывает негативную оценку своей личности, поступков, промахов или мыслей. Например,

(11) *Я – негодяй.* Ненавидьте меня: *я – подлец!* *Я – подонок.* Я все проиграл. Всё! Все, что мог бы отдать детям [Осторожно. Модерн, 1996-1998, www].

В примере (11) лексическими демонстративами выступают повторяющиеся отрицательно-оценочные лексемы, с помощью которых молодой человек осуждает своё пристрастие к азартным играм. Акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность выполняет функцию рефлексивной самоинтерпретации.

Таким образом, в персональном дискурсе проявляются следующие разновидности коммуникативной демонстративности в жанрах самопрезентации, автобиографического рассказа, интервью, публикации в интернет-блогах:

1) акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, выполняющая имиджевую, аттрактивную и констатирующую функции, выражаемая мелиоративными гиперболическими тропами, преувеличением, мелиоративной гиперболой, лексическим повтором, речевой стратегией хвастовства, абстрактными существительными с положительной коннотацией, эмоционально окрашенными лексическими

единицами, междометиями-усилителями, клишированными фразами, иностранными словами, коммерческими названиями популярных торговых марок синтаксическим параллелизмом, восклицательными предложениями. Неязыковыми средствами являются демонстративные предметы и образы;

2) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность, реализуемая в речевых стратегиях самостигматизации, конфронтации, акцентированного преувеличения и выполняющая компенсирующую функцию, которая передается пейоративной гиперболой, гиперболическими и субстандартными тропами с негативной коннотацией, лексическим повтором, антитезой, клишированными фразами, отрицательно-оценочными лексемами, эмотивным синтаксисом, частым употреблением местоимения «я». Неязыковые единицы реализации включают негативные демонстративный образ, демонстративное действие, демонстративный объект, демонстративную идею, демонстративную просодику, чрезмерную жестикуляцию, гипертрофированную мимику;

3) акцентированная нарративная отрицательная демонстративность, осуществляющая функции катарсиса и рефлексивной самоинтерпретации, реализуется отрицательными частицами и местоимениями, гиперболическими отрицательными эпитетами, абстрактными существительными с негативной коннотацией и метафорой с уничижительным значением.

2.3.2. Акцентированная коммуникативная демонстративность в научном дискурсе

Демонстративная тональность имеет большое значение для взаимодействия ученых в научной среде, где они стремятся быть узнаваемыми и получать положительную оценку результатов своей работы.

Научный работник посредством демонстративов раскрывает свою профессиональную индивидуальность в процессе взаимодействия с другими исследователями и заинтересованной аудиторией. Образ адресанта формирует коммуникативная демонстративность, служащая способом семиотизации профессиональных особенностей, выражающая его оригинальность и отношение к своей деятельности в разнообразных актах коммуникации.

Научный дискурс – это институциональная, преимущественно стереотипная разновидность взаимодействия между представителями науки, общающимися в научном сообществе [Андреева, 2024].

Научному дискурсу присуща деперсонализация изложения, которая способствует фиксации внимания не на личности автора, а на анализируемых феноменах и аргументах, исключению эмоционального влияния, субъективных оценок, предпочтений или предубеждений и представлению четкой и объективной картины исследования [Mironova, 2023].

Вместе с тем, для представления авторского результата в современном информационном обществе недостаточно факта его публикации. Все больше становится необходимым личное участие ученого в отстаивании и продвижении своего исследования, что не может быть реализовано имперсонально. Помимо презентации нового научного знания, специалист осуществляет моделирование имиджа ученого, подчеркивая личную точку зрения и значимость собственной деятельности.

С.В. Когут в своей работе отмечает факт наличия дискурсивных маркеров авторской индивидуальности в научных текстах и стремление к выражению авторской модальности [Когут, 2016].

Е.Н. Малюга и И.П. Хутыз также выявляют подобные дискурсивные элементы (игра слов, местоимения я и мы, прецедентные референции), дающие возможность исследователям идентифицировать себя в научной работе [Хутыз, 2018; Малюга, 2019]. В качестве средства создания портрета

ученого В.Е. Чернявская определяет творческое начало при выдвижении результата [Чернявская, 2017].

На основании изложенного, можно утверждать, что авторское «Я» находит выражение в научном дискурсе.

Упомянутые исследователями языковые средства актуализации авторской идентичности по существу являются единицами коммуникативной демонстративности, так как реализуют её конститутивные признаки: самопрезентацию, акцентированность, перформанс и эмфатичность.

Демонстративная тональность в личностном говорении научного дискурса выражается асистемными дискурсивными средствами субъективной модальности, иностилевыми вставками и заимствованиями из других регистров, передающими представление о создателе речевого произведения. Данные элементы употребляются сознательно, внедряют в научную коммуникацию персональные эмоции, оценку, мнение, оригинальность, диалогичность, расширяют границы самовыражения ученого. Они конструируют оригинальную личность исследователя, стоящего за научными результатами [Тисленкова, 2025б]. Например,

(1) *Я глубоко убежден*: без равенства нет справедливости, без справедливости нет нравственности [П. Кропоткин. Этика. Происхождение и развитие нравственности, www].

Высказывание (1) основано на акцентированной манипулятивной положительной демонстративности, актуализированной я-модальностью, положительным ассертивом (*Я глубоко убежден*) и синтаксической параллельной конструкцией с каузальной связью (без равенства нет справедливости, без справедливости нет нравственности), используя которую ученый представляет себя глубоко убеждённым и последовательным философом-этиком, который видит в равенстве фундаментальный принцип справедливости и нравственности, отражает свои социально-философские взгляды. Акцентированная нарративная положительная демонстративность

отражает уверенность в высказываемой позиции, неординарность ученого, его глубокую осведомленность в данной области.

(2) К.Д. Рядно (*одет в белую вышитую рубаху*): Огромное количество земли перебрасывают, понимаешь, справа налево. *Ну, тут я и выступил. Выступил и всех удивил. Я вообще люблю удивлять, товарищи.* Я сказал: «*Нельзя! Нельзя землю взрывать!* (берет горсть земли) *Это же земля-я-я!* *Она же жива-а-а-я! Она же перестает рожать!*» *Ой, что тут началось!* *Как все завртелось!* *Ну, вот, товарищи* (показывает на вспаханную землю) *вот это вот и есть наша лаборатория* (руки в стороны) *Присаживайтесь, не стесняйтесь* (академики садятся на землю) [х/ф «Белые одежды», 1993, www].

Акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность в речи персонажа, академика К.Д. Рядно (2), выражена перформансом (академик произносит свою эмоциональную речь перед коллегами в поле, которое он называет «нашей лабораторией»), синтаксическим параллелизмом (Она же жива-а-а-я! Она же перестает рожать!), парцелляцией (Нельзя! Нельзя землю взрывать!), демонстративной просодикой осуждения (Это же земля-я-я! Она же жива-а-а-я!), демонстративными действиями (берет горсть земли, показывает на вспаханную землю, руки в стороны), демонстративным предметом (академик одет в белую вышитую рубаху), восклицательными предложениями (Ой, что тут началось! Как все завртелось!) и лексическим повтором (Ну, тут я и выступил. Выступил и всех удивил. Я вообще люблю удивлять, товарищи), которые формируют образ искренне увлечённого наукой харизматичного учёного, который, несмотря на свое высокое общественное положение, остается близким простому народу.

(3) Сложилось такое впечатление, что Восток и Запад – это противоположные части человеческой цивилизации. Даже есть такое выражение: *East is East and West is West and never they twain shall meet* –

никогда не встречаются. Но если дальше стихотворение читать, становится ясно, что, когда наступает критический момент, люди не разбирают, какого они рода и племени. Они – единая человеческая цивилизация. Вот что хотел сказать Р. Киплинг на самом деле. *Не стоит доверять поэтическим словам. Нужно заниматься научным изучением Востока. Вот к чему я привел эти строки* [Academia. Владимир Мясников. История востоковедения в России. 1-я лекция. 18.11.2014, www].

В отрывке речи (4) ученого-востоковеда акцентированная манипулятивная положительная демонстративность создает образ ученого в профессиональной среде – человека, который стремится к глубокому, научному и объективному пониманию сложных культурных вопросов, не доверяет поверхностным суждениям и верит в единство человечества, которое превосходит цивилизационные различия. Коммуникативная демонстративность в данном речевом произведении выражена демонстративным действием (беглое говорение на иностранном языке: *East is East and West is West and never they twain shall meet*), акцентуатором-указательным местоимением (вот) и синтаксическим параллелизмом. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность показывает смелость в обсуждении положений научных теорий и способствует установлению доверия к исследовательской позиции у реципиента.

В сети Интернет размещены академические профили ученых с информацией об их биографии, специфике научной деятельности, опубликованных статьях, монографиях и исследованиях. Научные блоги в социальных медиа содержат коллекцию видео лекций и презентаций. На платформах Research gate, Researchers portal, Semantic Scholar, Peoplelife.ru исследователи делятся своими идеями и обсуждают актуальные темы в своей области, сопровождая их привлекательными графическими материалами. Материалы научных блогов, социальных сетей и интернет профилей

рассматриваются нами в качестве проявления коммуникативной демонстративности, так как с их помощью продуценты активно продвигают себя как ученых.

(4) *Я обнаружил что? Факт, который наука не заметила. Это число мидл живых существ.* Оно примерно по одному миллиону для водных, земных и воздушных. Оно объясняет главную загадку библейской теории о связи сред с живыми существами [Юрий Седнев. Научный комментарий шести дней творения. 16.09.2015, www].

Акцентированная манипулятивная демонстративная тональность высказывания (4) актуализируется я-модальностью в сочетании с риторическим вопросом, позволяя ученому эффективно представить свое исследование, привлечь внимание реципиентов к своей научной деятельности.

(5) *Я самый строгий материалист. У меня все расчет, достоверность.* Подержать в руках, увидеть в микроскоп, проверить химическим реагентом. У вас в природе происходит непорочное зачатие. *Если перед овцой я, как библейский Иаков, положу пестрый предмет, она родит пестрых ягнят* [х/ф «Белые одежды», 1993, www].

Акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность в речи ученого-генетика, профессора Н.М. Хейфеца (5) содержится в констативах, построенных на гиперболе (Я самый строгий материалист), гиперболической метафоре (У меня все расчет, достоверность) и гиперболическом сравнении (я, как библейский Иаков), с помощью которых исследователь отстаивает передовые научные взгляды и указывает на недостатки своих научных оппонентов – последователей Мичуринского учения.

(6) *Я миллиард раз слушала вопрос насчёт того, что женский мозг слабее, что он на 300 граммов меньше. Я сразу хочу сказать: это все глупости абсолютные. Но разница есть* Мужчины слабее, и это не

метафора, нет. *Я серьезно говорю, я говорю, как ученый. <...> Я вам клянусь, я говорю научные вещи, не шутки.* У нас гораздо более интересная нейронная сеть. Это научный факт [Почему мужчин надо беречь? 14.10.2021, www].

В примере (6) академик РАО использует акцентированную манипулятивную положительную демонстративную тональность, реализуемую гиперболой (Я миллиард раз слушала), вводными эмоционально окрашенными предложениями (Я сразу хочу сказать, Я вам клянусь, я серьезно говорю, я говорю, как ученый) и антитезой (научные вещи – шутки), посредством которой она представляет себя коллегам как компетентного и интересного исследователя, что способствует эффективному обмену идеями и опытом.

Таким образом, в научном дискурсе преобладает акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность, которая в процессе передачи означающего в интеракции исследователей актуализируется комплексом верbalных и неверbalных полимодальных семиотических единиц или их сочетанием в письменных жанрах комментария, рецензии и в устных жанрах научного интервью, ток-шоу, лекции и доклада. Лингвистическими средствами выражения являются: я- и мы-модальность, лексический повтор, средства смыслового выделения, антитеза, мелиоративная гипербола, положительные гиперболические тропы, двойная недооценка, риторический вопрос, вводные эмоционально-окрашенные предложения, последовательность коротких простых предложений и синтаксический параллелизм. Экстралингвистические средства реализации состоят в употреблении эмоциональной жестики, демонстративных предметов, демонстративной просодии, перформативных действий. Акцентированная манипулятивная демонстративная тональность научного дискурса реализуется с помощью речевых стратегий преувеличения и самовозвеличивания, выполняет аттрактивную, персузивную, имиджевую функции.

2.3.3. Акцентированная коммуникативная демонстративность в административном дискурсе

Акцентированная демонстративная тональность используется в административном дискурсе для координации и контроля трудовой деятельности сотрудников, успешной реализации целей предприятия [Стернин, 2001; Евтушенко, 2011].

Административный дискурс строится на использовании преимущественно явной демонстративности, отражающей непосредственную и открытую интенцию, так как она помогает быстро и правильно реализовывать производственную задачу.

В административном дискурсе интерактанты активно используют акцентированную коммуникативную демонстративность, чтобы показать свои лидерские свойства, ответственность, инициативность, управляемые навыки и умение взаимодействовать с другими. Демонстративы оформляют нужный имидж профессионала, который отражает их адаптивность к различным ситуациям и уровень делового этикета.

В общении с подчиненными демонстративная тональность дает возможность руководителю установить свой авторитет и осуществлять доминирование [Тропникова, Маленова, 2023]. Например,

(1) Главный редактор журнала мод Миранда Пристли каждый день, приходя на работу и заходя в *офис*, бросает на стол младшей ассистентке свое пальто и сумку и, не отвечая на приветствие и не глядя ни на кого, проходит в свой кабинет [х/ф «Дьявол носит Prada», 2006, www].

В примере (1) Миранда прибегает к акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративной тональности, выраженной невербальными средствами: жестами, походкой и провокационным поведением. Так она указывает подчиненной ее место внизу иерархии.

Руководитель стремится к тому, чтобы его работники видели в нем авторитетного лидера, которому можно доверять и примеру которого необходимо следовать. Например,

(2) *На самом деле никому не под силу делать то, что я делаю. <...> Эта задача оказалась бы невозможной для любого другого. Журнал понес бы урон [Там же].*

В примере (2) коммуникативным демонстративом является гипербола, реализуемая отрицательными эпитетом (невозможная задача), местоимением (никому) и фразеологизмом (не под силу), с помощью которой директор утверждает имеющийся у неё уникальный опыт в своей сфере деятельности.

Начальник использует акцентированную манипулятивную положительную и отрицательную демонстративность для передачи информации о своих целях, приоритетах и ожиданиях от подчиненных. С помощью демонстративов он устанавливает ясность и понимание в отношении задач и ролей каждого члена команды. Например,

(3) *Я бы на вашем месте интересовалась бы сапогами не во время работы, а после неё [х/ф «Служебный роман», 1977, www].*

В высказывании (3) акцентированная демонстративная тональность актуализирована антитезой в сочетании с условным наклонением глагола сказуемого. В качестве образца правильного поведения на работе, директор приводит себя.

Умение убедить руководство в своей ценности и приносимой организации пользе, продвижение по карьерной лестнице часто зависят от способности продемонстрировать свои компетенции. Демонстративная тональность играет важную роль в эффективном предъявлении профессионального образа и создании положительного впечатления о себе [Ермолаева, 2008].

Акцентированная коммуникативная демонстративность работника в общении с коллегами и руководителем транслирует окружающим его

навыки, знания и опыт, чтобы подчеркнуть его профессиональную ценность и способности среди равных в команде. Он хочет, чтобы его сослуживцы и начальник знали, что он может принести пользу и хорошо выполнять свои обязанности. Например,

(4) Театральный агент: Ну что тебе?

Актер Майкл Дорси: Тэрри Бишоп сыграет продавца льда. Но ты мне обещал эту роль. Я не прав? <...>

Театральный агент: Джорджу Пресману нужно имя. <...>

Актер Майкл Дорси: Ты же знаешь: я *дам ему сто очков вперед*. Я играл эту роль. <...> Так, одну минутку. *Я отыграл 9 пьес за год в Сиракузах, я получил кучу отзывов* в Нью Йоркской критике. <...> *Я буду несравненным в роли!* [х/ ф «Тутси», 1982, www].

В примере (4) работник делает все возможное, чтобы убедить работодателя в своих умениях. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность организована в речи Майкла Дорси посредством использования гиперболической фразеологической единицы (я дам ему сто очков вперед), гиперболической метафоры (я получил кучу отзывов) и эпитета (несравненный), конструкции синтаксического параллелизма, частого использования местоимения «я» и восклицательного предложения, которые употребляются для позитивной самохарактеристики говорящего.

Работник использует демонстративы, чтобы показать, что он надежный и преданный своей работе человек, что он может быть доверенным членом команды. Например,

(5) Начальник: Я от тебя сейчас завишу, а это значит, что я должен рассчитывать на тебя 7 дней в неделю, 24 часа в сутки, иначе мы всё провалим <...>.

Работник: <...> *Ты можешь рассчитывать на меня 25 часов в сутки и хоть 8 дней в неделю, потому что работа для меня – главное* [х/ф «Крамер против Крамера», 1979, www].

В примере (5) посредством акцентированной манипулятивной положительной демонстративной тональности ответственный за новый рекламный проспект Тэд Крамер заверяет своего начальника в том, что отнесется к работе с полной ответственностью. Демонстративом служит гипербола (25 часов в сутки, 8 дней в неделю).

Таким образом, в административном дискурсе как руководитель, так и подчиненный используют акцентированную положительную и отрицательную коммуникативную демонстративность для создания положительного профессионального имиджа, передачи своих целей и ожиданий, оценки действий коллег, а также укрепления эффективных отношений в команде в речевых жанрах, основанных на следующих типах взаимодействия, практикующихся в организации: обсуждение актуальных вопросов, совещание, совет, замечание, просьба, обещание, беседа руководителя и работника.

В высказываниях начальника в большей степени высказывания окрашены акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративной тональностью, которая передается речевыми стратегиями совета, оценки и реализуют воздействующую, регулятивную, оценочную функции. Данная разновидность выражается гиперболическими тропами с отрицательной коннотацией, антитезой, условным наклонением глагола, отрицательными местоимениями. Невербальные средства выражения включают демонстративные жесты, походку и действия. Также для руководителя характерно употребление положительной нарративной коммуникативной демонстративности в речевой стратегии самопохвалы в функции позитивной саморефлексии, актуализируемой гиперболой и фразеологизмами.

В речи подчиненного акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность реализуется положительными гиперболическими тропами, синтаксическим параллелизмом и восклицательными предложениями. Акцентированная коммуникативная демонстративность проявляется в речевой стратегии самопохвалы и выполняет персуазивную и воздействующую функции.

2.3.4. Акцентированная коммуникативная демонстративность в спортивном дискурсе

Спортивный дискурс – это институциональное устное и письменное взаимодействие, определяемое спортивной деятельностью и языковыми личностями участников, осуществляющих профессиональную коммуникацию с целью достижения спортивной победы.

Демонстративная тональность в спортивном дискурсе реализует коммуникативные намерения субъектов спорта: тренеров, судей, арбитров, спортивных чиновников, спортсменов, болельщиков и игровых дикторов. Помимо дискурса главных коммуникантов, акцентированная коммуникативная демонстративность функционирует в дискурсах полупрофессиональных участников: спортивных врачей, массажистов, механиков, болельщиков, и зрителей спортивных телепередач.

Спортивный дискурс пересекается с другими институциональными дискурсами. Например, на тренировке спортивный педагог и его ученик помимо демонстративов-профессиональных единиц используют демонстративы бытового стиля.

Помимо этого, актуализируются нарративный и манипулятивный виды с разной оценкой (положительной и отрицательной).

Демонстративная тональность по-разному используется спортивными тренерами. Авторитарные наставники применяют акцентированную

манипулятивную отрицательную демонстративность, актуализируемую гиперболической антитезой для коррекции отношения воспитанника к тренировкам. Например,

(1) Тренер: Система такая: если ты любишь художественную гимнастику, *то я люблю тебя*. Ели ты не любишь и не трудишься, то и я *тебя не люблю* [Документальный фильм «Ирина Винер 75 лет», 2023, [www](#)].

Демократичный тренер через средства акцентированной манипулятивной положительной демонстративности подчеркивает равенство ученика и учителя, создает дружескую и поддерживающую атмосферу, чтобы спортсмены чувствовали себя комфортно и могли свободно общаться с тренером. Он показывает свою роль в качестве наставника и мотиватора, готового поддержать воспитанников на пути к достижению их спортивных целей. Например,

(2) Тренер: *Соня, спасибо, что ты сделала меня тренером чемпиона Европы. Миша, спасибо, что сделал меня тренером чемпиона России. Лиза, я тебе благодарен за то, что ты сделала меня тренером чемпиона мира* [Алексей Мишин благодарит каждого своего спортсмена, 2021, [www](#)].

В примере (2) коммуникативными демонстративами акцентированной манипулятивной положительной демонстративной тональности являются анафора, положительные этикетные частицы и градация (чемпионом России, Европы и мира), посредством которых тренер выражает уважение к личности своих учеников, заботу о развитии их наилучших спортивных качеств.

Демонстративная тональность в речи спортсменов отражает их установки в спорте, отношение к себе и достижению спортивных результатов. Например,

(3) Спортсмен: *Я – чудо* [Три месяца до золота, 12.04.2021, [www](#)].

(4) Спортсменка: *Я – борец*.

Тренер: Да, ты – борец [КЗУР].

В примерах (3) и (4) говорящие используют акцентированную нарративную положительную демонстративную тональность, реализуемую гиперболой, назывными предложениями с эмоционально окрашенными существительными (борец, чудо), с целью показать свои спортивные качества и удовлетворенность от самосовершенствования.

Акцентированная коммуникативная демонстративность в спортивном дискурсе присутствует в речевом общении во время обучения, спортивного мероприятия, в письменном общении и спортивном дискурсе СМИ.

В докладах научно-практических конференций и семинаров, также функционируют языковые единицы акцентированной демонстративности. Например,

(5) Тренер: Столько споров существует, столько мнений о подготовке пловца. *Я постараюсь вам изложить точку зрения, которую многолетний мой опыт дает. И с начального обучения буквально спортсмены, которые у меня учились в маленьком бассейне, я доводил их до олимпийских чемпионов* [Тренировка пловцов 8-14 лет, 2017, www].

Выступление заслуженного тренера (5) включает акцентированную манипулятивную положительную демонстративную тональность, реализуемую я-модальностью, наречием-усилителем «буквально» и гиперболической антитезой (у меня учились в маленьком бассейне, я доводил их до олимпийских чемпионов), которая выполняет функцию самопрезентации с целью распространения передового педагогического опыта.

Во время проведения Олимпийских игр и спортивных мероприятий, демонстративная тональность выступает инструментом передачи гражданам одобренных государством ценностей. Например,

(6) Игры укрепили в нас ценности здорового образа жизни. <...> Игры закончились, но мы обещаем, что эта важнейшая работа будет продолжена в масштабах всей нашей огромной страны. <...> Все мы

поняли, что главная победа в жизни – это победа над самим собой. Главное – мы поверили, что ради великих целей невозможное становится возможным. От лица нашей страны, я хочу сердечно поблагодарить самых сильных и отважных мужчин и женщин планеты [Паралимпиада 2014. Закрытие, 17.03.2014, www].

В данном фрагменте выступления премьер министра Российской Федерации (6) на церемонии закрытия Паралимпиады 2014 года, акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность выявляется в положительных ассертивах и комиссивах (мы поняли, мы поверили, мы обещаем) и актуализируется мы-модальностью, гиперболическими эпитетами (важнейшая работа, отважных мужчин и женщин) и гиперболой (От лица нашей страны я хочу сердечно поблагодарить). Говорящий использует указанные демонстративы для трансляции ценности здоровья, физического совершенства, позитивных личностных свойств, положительного представительства страны на международной арене.

Коммуникативное пространство спортивного дискурса организовано репрезентативными характеристиками акцентированной демонстративной тональности в жанрах спортивных СМИ – спортивном комментарии и репортаже, состоящих в описании действий спортсменов на соревновании, их пояснении и оценивании. В жанре спортивного репортажа зрителю преподносится информация, окрашенная субъективным мнением журналиста [Пром, 2008; Гулинов, 2024]. В нем большую роль играют ведущие признаки коммуникативной демонстративности: эмфаза, перформанс и преувеличение.

Демонстративная тональность в спортивном дискурсе СМИ нацелена на популяризацию преимуществ физической активности, воспитание и выражение высоких моральных принципов, ценностей самоотдачи и твердости духа.

Акцентированная коммуникативная демонстративность в спортивном рекламном дискурсе формирует у реципиентов мотивацию заниматься спортом и принимать участие в спортивных мероприятиях, поддерживать активный образ жизни. Например,

(7) Спортсменки: Вы знаете нас. *Мы – красавицы.* <...> И кстати, не помню, говорила ли я или нет, но *мы любим золото. Оно нам идёт (надеваем золотую медаль).* <...> *Это мы.* Теперь вы знаете, какие мы (перевод наш – И.Т.) [Nike: This is us, 2017, www].

В примере (7) представлена акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, содержащаяся в назывных предложениях и выражаящаяся мы-модальностью, гиперболической метафорой и эмоциональным синтаксисом.

Акцентированная демонстративная тональность спортивного дискурса делает возможным усвоение людьми предлагаемых обществом продуктивных паттернов поведения в отношении своего здоровья.

Таким образом, акцентированная демонстративная коммуникативная тональность функционирует в спортивном дискурсе в жанрах телевизионная речь, спортивный репортаж, интервью, доклад, лекция, мотивационная речь, благодарность, предупреждение, угроза в следующих своих разновидностях:

1. акцентированная нарративная положительная демонстративность, выполняющая функцию позитивной самооценки в речи спортсменов, наблюдается в речевой стратегии самопохвалы и выражается гиперболой, эмоционально-окрашенными существительными с положительной коннотацией и назывными предложениями;

2. акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, осуществляющая контактоустанавливающую и поддерживающую функции в речи демократичных педагогов-тренеров, информативную функции в речи ученых, персуазивную в спортивном рекламном дискурсе и оценочную функцию в текстах СМИ, актуализируется

восходящей градацией, гиперболой, гиперболическими эпитетами, метафорой и антitezой, анафорой, демонстративными действиями поддержки и речевыми стратегиями преувеличения и самоодобрения;

3. акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность, выполняющая регулятивную функцию у авторитарных спортивных педагогов, реализуется гиперболической антitezой, условными предложениями посредством речевой стратегии запугивания.

2.3.5. Акцентированная коммуникативная демонстративность в медицинском дискурсе

Медицинская профессия является коммуникативной формой деятельности. В своей работе врачу необходимо подбирать правильные слова и преподносить их больному таким образом, чтобы он почувствовал в себе силы стремиться к выздоровлению, следуя рекомендациям специалиста. Пациент в свою очередь получает помощь от врача после того, как опишет особенности своего заболевания посредством коммуникативной демонстративности.

Исследователи рассматривают медицинский дискурс как институциональный дискурс, основанный на статусном неравенстве между врачом и пациентом, протекающий в определенных пространственных и временных условиях общения, нацеленный на защиту и улучшение здоровья. Предметом рассмотрения в данном параграфе выступает акцентированная коммуникативная демонстративность речи врача в процессе выполнения профессиональной деятельности и речи пациента в коммуникативных ситуациях получения консультативной и лечебной помощи.

В устном медицинском дискурсе функционируют акцентированные нарративная и манипулятивная положительная и отрицательная разновидности демонстративной тональности.

От цели диалогического взаимодействия зависит тип демонстративной тональности, формирующий диалог и её единицы-демонстративы в речевых ситуациях определения диагноза, медицинского распроса, просьбы и выдачи рекомендаций.

Посредством акцентированной демонстративной тональности пациенты проявляют свой психотип (сенситивный, истероидный, тревожный, дисфорический, неврастенический, апатический, ипохондрический, меланхолический, паранояльный), обозначают отношение к заболеванию и степень социальной адаптации [Чернов, 2014]. Получаемая информация позволяет врачу выбрать правильный подход к взаимодействию с больным. Например,

(1) Пациент: Просто у меня болит ухо. Понимаете?

Врач: Давайте я посмотрю.

Пациент (*вскакивает со стула, кричит*): *Не трогайте меня! Знаю ваши процедуры! (опрокидывает стул)* От них еще хуже! Это вы во всем виноваты! Вы! *Это из-за вас я заболел!*

Врач: Давайте мы успокоимся.

Пациент: Вы вообще кто??!

Врач: Я – заведующая отделением.

Пациент: (*стучит в такт словам по столу*) А мне нужен главврач!!! <...> Мне нужно особое внимание, а не вы! <...> Я вообще ухожу от вас! [Двенадцать психотипов пациентов, 2023, www].

В примере (1) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность образует речь дисфорического пациента и реализуется в использовании просодических демонстративов (крик), эмоционального синтаксиса (параллелизма, восклицательных предложений), гиперболических эпитетов (Мне нужно особое внимание), агрессивных демонстративных действий (стучит в такт словам по столу, опрокидывает стул).

Демонстративность позволяет пациенту рассказать о своих опасениях и ожиданиях от визита в лечебное учреждение, а анализ предъявляемых им коммуникативных демонстративов дает возможность врачу узнать о его медицинских проблемах и понять его индивидуальные особенности.

Акцентированная демонстративная тональность реализуется через нарративные жанры медицинского дискурса: рассказ-повествование, медицинский лайфхак, сжатый, информативный, интеракционный и фатический рассказы [Шамне, Шишкина, 2018; Буряковская, 2022].

По мнению В.В. Жура, нарратив в медицине даёт пациенту возможность облечь в слова свои телесные ощущения [Жура, 2013, с. 73]. L.-C. Hyden пишет о том, что рассказ больного отражает патологические процессы системы органов тела в словах [Hyden, 1997, р. 48].

Акцентированная демонстративная тональность передаёт врачу максимум информации о патологическом состоянии больного через серию иллокутивных актов. В каждом иллокутивном акте демонстративность входит в состав информационных единиц, соотносимых с набором симптомов того или иного диагноза [Пономаренко, 2015, с. 118].

Например, акцентированная демонстративная тональность речи пациента в клинической психологии рассматривается как признак, частное проявление психического расстройства [Петрова, 2020]. Например,

(2) Пациент: Во мне проблема!

Врач: Что не так с вами?

Пациент: Я не знаю! ... (всхлипывает) *Боже! Я так устала быть одна! Я искала... искала любви!* Я хочу выйти замуж. А мне по-прежнему остается жевать холодную курицу на свидании, на которое никто ко мне не пришел *Я уверена, что я сексуальна! Я уверена, что я привлекательна!* (умоляюще смотрит на врача). Почему жизнь такая сложная? Я как Офелия в «Гамлете» или Дева Мария. Я потеряна. Лучше бы я родилась в 1800 году

или 1400! Я вообще могла бы быть джазовой певицей (*весело напевает, танцуя*). *Ха-ха-ха! Я бы покорила все радиостанции.* Но ... (лицо становится грустным) сейчас никто не слушает джаз (перевод наш – И.Т.) [Histrionic Personality Disorder Role Play LPN Mental Health CE Course, 15.09.2020, [www](#)].

В примере (2) акцентированная демонстративная тональность со всеми её характеристиками: самопрезентацией, акцентированностью, преувеличением и эмфатичностью оформляет речь больной истерической психопатией. Акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность обнаруживает себя в парадоксальных демонстративных действиях, свидетельствующих о быстрой смене аффекта: от пустой скорби до безосновательной экзальтации (всхлипывает, весело напевает, танцуя, лицо становится грустным), экспрессивах (*Я так устала быть одна!*) и выражается лексическим повтором, синтаксическим параллелизмом, я-модальностью, чередованием положительных и отрицательных эпитетов (*я привлекательна, я потеряна*), гиперболой (*Я бы покорила все радиостанции*) и гиперболическим сравнением (*Я как Офелия в «Гамлете» или Дева Мария*).

В речи врача акцентированная нарративная положительная демонстративность используется для подчеркивания профессионализма и опыта, установления авторитета и завоевания доверия пациента. Например,

(3) По двое суток, по трое суток ночевал в больнице. Ринопластики раньше не было в Казахстане. *Я впервые открыл её. Я самый лучший специалист, у меня самая лучшая техника* [Вся правда операции Дианы Ивановой. Принцесса Диана и доктор Шбайр, 2023, [www](#)].

В высказывании (3) пластический хирург в процессе подготовки пациентки к тринадцати одномоментным операциям на лице прибегает к акцентированной манипулятивной положительной демонстративности, выраженной положительными гиперболическими эпитетами (*самый лучший*

специалист, самая лучшая техника), антитезой (раньше не было – я впервые открыл), анафорой и лексическим повтором. Так он убеждает больную довериться его профессиональным навыкам и опыту и согласиться на оперативное вмешательство.

(4) Яков Григорьевич уже сидел на краю кровати, *накрыв руку больного* своей хоть и старой, но *теплой, дружелюбной ладонью* [Ю. Крелин. Суeta, 1987, с. 12].

В примере (4) акцентированная демонстративная тональность, выраженная демонстративным действием поддержкой, подчеркивает эмпатию, толерантность врача или его способность слушать и слышать пациента.

Таким образом, в устном медицинском дискурсе представлены акцентированная нарративная и манипулятивная положительная и отрицательная разновидности демонстративной тональности. Письменные жанры являются регламентированными и не содержат личностных проявлений коммуникантов. Акцентированная демонстративная тональность присутствует в речевых жанрах сбора анамнеза, жалобы, рекомендации, опроса, интервью, беседы.

В речи пациента акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность актуализируется демонстративной просодией, единицами эмоционального синтаксиса, гиперболическими эпитетами и сравнением, отрицательными эпитетами, парадоксальными, тревожными и агрессивными демонстративными действиями, гиперболой и лексическими единицами с негативной коннотацией. Демонстративность образуется речевыми стратегиями обвинения, угрозы и выполняет персузивную и аттрактивную функции.

В высказываниях врача присутствует акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность, передаваемая гиперболическими тропами с положительной коннотацией, антитезой,

анафорой, лексическим повтором, демонстративными действиями поддержки, кинесическими демонстративами. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность реализует речевые стратегии самопохвалы и выполняет автопрезентационную, персуазивную и поддерживающую функции.

2.3.6. Акцентированная коммуникативная демонстративность в юридическом дискурсе

Юридический институциональный дискурс – это регулируемая сложившейся социокультурной языковой практикой деятельность по вербальному обозначению норм, их введению и использованию в правовом поле, управлению и контролю общественных отношений [Кожемякин, 2011, с. 131]. Данный дискурс основывается на законотворческой, правоприменительной, правоустанавливающей и правоохранительной видах профессиональной деятельности в сфере юриспруденции.

Цель юридического дискурса состоит в фиксировании прав и обязанностей, согласовании отношений между отдельными людьми, организациями и институтами.

В юридическом дискурсе акцентированная демонстративная тональность актуализирует личность продуцента посредством набора коммуникативных демонстративов [Тисленкова, 2024e]. Разновидность коммуникативной демонстративности детерминирована жанром, условиями правовой культуры, в которой создаётся высказывание, и индивидуальными характеристиками языковой личности. В пределах одного текста обнаруживается разная степень демонстративности коммуниканта: от явного выражения «я» до полной безличности высказывания и отсутствия любых признаков, отсылающих к автору [Крапивкина, 2011, с. 243].

Законодательные жанры юридического дискурса излагаются пассивными и безличными структурами, а также местоимением «мы», реферирующими к источнику власти (народу, руководству) [Палашевская, 2015]. Ведущими выступают такие категории коммуникативной демонстративности, как акцентированность и эмфаза.

В приватных жанрах, акцентированная нарративная демонстративность актуализируется наиболее ограниченными языковыми средствами: личным местоимением «я», указывающим на субъект свободной воли, который несет персональную ответственность за формулируемые утверждения, личными глаголами в повелительном наклонении и положительными прилагательными. Это объясняется тем, что эксплицитное выражение «я» иными демонстративными единицами ведет к недействительности документов.

В судебных и следственных жанрах функционируют акцентированные и неакцентированные типы манипулятивной демонстративности, в связи с тем, что здесь действуют свои правила репрезентации субъекта для оказания немедленного непосредственного воздействия на чувства и разум адресата, создания эффекта непредвзятости, авторитетности и легитимности предпринимаемых действий и принимаемых решений. Указанные жанры основываются на таких свойствах коммуникативной демонстративности, как перформанс, преувеличение и самопрезентация.

Акцентированная коммуникативная демонстративность участников судебного процесса используется для укрепления доверия и установления авторитета судьи и стороны обвинения, оказания влияния на общественное мнение о деле, убеждения суда и сторон судопроизводства в положительных личностных качествах говорящих, способности представлять интересы клиента или защищать свои права.

Демонстративная тональность в речи *судьи* показывает сторонам дела и общественности его компетентность, беспристрастность и независимость.

Коммуникативные демонстративы актуализируют его профессиональный опыт и знания, необходимые для рассмотрения дела. Например,

(1) Судья: Вы думаете, мы в Италии живем? У нас не дать развод нельзя. <...>

Ответчик: Она – юрист, вы понимаете?

Судья: Я тоже юрист. Я как юрист, даю вам юридическую консультацию: когда в следующий раз мужчина будет вам рассказывать, что он не может развестись, потому что жена не дает развод – это ложь [Дела судебные с Алисой Туровой. Битва за будущее, 21.09.2023, www].

В примере (1) демонстративы содержатся в номинативах и выражаются местоимением «я» (я – юрист, как юрист) и лексическим повтором, с помощью которых судья позиционирует себя авторитетным специалистом.

Акцентированная нарративная положительная демонстративность употребляется для обеспечения справедливого и беспристрастного решения. Судья убеждает стороны в том, что он будет рассматривать дело объективно, основываясь на доказательствах и положениях закона, а не на личных предубеждениях или симпатиях.

Судья может прибегать к коммуникативной демонстративности для установления правил поведения в зале суда и подчеркивания своей роли в качестве руководителя процесса. Например,

(2) Истец: Я хочу пояснить одну вещь. Она – паршивая овца. Во-первых, потому что

Судья: *Нет! (стук молотка) Нет! (стук молотка) Нет! (стук молотка) Нет! Нет! Нет! Нет! Нет!* (судья вскакивает со своего места) *Вы не сделаете этого в моем зале суда! Серьезно. Я вышвырну вас отсюда к чертовой матери! Вы никогда не назовете так женщину в моем зале суда. Вы не можете прийти сюда без уважения ко мне. Сэр, вы будете уважать меня, если не собираетесь уважать ее* Это самое поразительное

невежество, которое я когда-либо видела . . . Кем вы себя возомнили?! Как вы смеете?! (перевод наш – И.Т.) [Divorce court, 29.06.2023, www].

В примере (2) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность реализуется невербальными средствами: демонстративными действиями (указательные жесты, стук брамы) и вербальными средствами – лексическим повтором, восклицательными предложениями и перфомативными глаголами, выполняющими функции обещания и побуждения к действию (я вышвырну, будете уважать меня), фразеологизмом, междометием-усилителем (к чертовой матери), лексическим повтором (в моем зале суда), частотным употреблением местоимения 1 лица ед.ч. (я, ко мне, меня), призванными акцентировать мысль о недопустимости использования оскорблений, нападок и иных неуместных действий в общении с судьёй.

Судья прибегает к демонстративности для прямого или косвенного убеждения истца или ответчика в ошибочности их взглядов, претензий, ожиданий или поступков. Например,

(3) У меня был огромный список того, чего я хотела в своей жизни. И вот однажды я принесла этот список в ванную комнату и прикрепила его на зеркало. И я поняла, что не соответствую своему списку. Если вы хотите, чтобы кто-то был всем, что есть в вашем списке, первое, что вам нужно сделать, это начать с себя (перевод наш – И.Т.) [Divorce court, 06.10.2023].

В отрывке речи (3) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность выражается личными реминисценциями (И вот однажды я ...) и гиперболическим эпитетом (огромный список), с помощью которых судья презентует себя как человека, способного, как и все люди, делать ошибки, что отчасти сокращает дистанцию взаимодействия с истцом или ответчиком. Умышленная самодискредитация, создаваемая коммуникативными демонстративами, дает возможность судье ненавязчиво указать на ошибки суждения участников процесса, заставить их усомниться в

правильности занимаемой позиции и сформировать готовность согласиться с доводами суда.

(4) Судья: *Я изо всех сил сдерживалась, чтобы не разрыдаться, потому что ни один человек, обладающий хоть какими-то чувствами, не смог бы увидеть фотографии того, что произошло той ночью, и это не преследовало бы его всю оставшуюся жизнь. Я знаю, что меня будут преследовать всю оставшуюся жизнь. Меня будет преследовать то, что я увидела ... ужасная жестокость всего этого, ужасная жестокость ...* (перевод наш – И.Т.) [The worst case I've ever seen, 24.07.2021, www].

В примере (4) акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность, реализуемая гиперболой и лексическим повтором, передает оценку тяжести совершенного преступления, формирует ощущение вины у подсудимого, усиливает трагический характер ситуации через описание чувств судьи.

Акцентированная коммуникативная демонстративность в высказываниях *истца* в зале суда создаёт положительное впечатление о нем как о достойном и уважаемом участнике судебного процесса.

Акцентированная коммуникативная демонстративность *ответчика* подчеркивает приверженность моральным нормам, самокритичность, чувствительность к нравственной стороне своих поступков и нацелена на завоевание доверия и сочувствия у судей и присяжных. Например,

(5) *Я ненавижу себя каждый день* [Там же].

В данном утверждении (5) говорящий использует акцентированную манипулятивную отрицательную демонстративность, выраженную глаголом с отрицательной коннотацией, для признания своей вины, чтобы смягчить предъявляемое ему обвинение и будущее наказание.

(6) Обвиняемый (громким голосом, срывающимся на крик): *Я не жалею о том, чего я не делал, и мне не жаль того, что я совершил ...* (ходит туда-сюда, речь сопровождается указательными обвинительными жестами

одной и двумя руками, приседаниями, киваниями головой) но мне жаль тех, кого вы любили (останавливается перед присяжными). <...> (хмурится) Вам кажется, что *я здесь стою один, но меня поддерживает всемогущий Бог* (перевод наш – И.Т.) [Анализ дела Ронни О’Нила, 2021, www].

В примере (6) коммуникант напротив, бросает вызов суду, активно высказывает свое несогласие с обвинением. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность актуализируется просодическими единицами, усиливающими смысл произносимого (громким голосом, срывающимся на крик, паузами), кинесическими элементами невербальной коммуникации (ходит туда-сюда, кивает головой, хмурится останавливается, указательные обвинительные жесты, приседания). Лингвистические демонстративы включают конструкции синтаксического параллелизма и гиперболическую метафору. Говорящий больше пользуется перформансом, чем логическими аргументами и доказательствами для убеждения суда в своей правоте.

(7) Подозреваемый: *Я бы такого никогда не сделал. Никогда.*

Следователь: Почему я должен вам верить?

Подозреваемый (сидит нога на ногу, руки, открытые ладонями вверх): Люди знают, что *я очень надежный человек. И те, кто меня знают, они знают, что я очень спокойный, я не склонен к спорам.* <...> Можете спросить у моих друзей или её друзей, и они скажут, что *я очень скромный парень, тихий* [Дело Криса Уоттса, ч.1, 10.2021, www].

В диалоге (7) подозреваемый строит свои высказывания с использованием акцентированной манипулятивной положительной демонстративности для снятия с себя подозрения в тяжком преступлении. Он формирует у слушателя образ добродорядочного и уравновешенного человека посредством демонстративов: лексического повтора, употребляемого в качестве эмфазы, гиперболических эпитетов с положительной коннотацией (очень надежный, очень спокойный, очень

скромный), синтаксического параллелизма, экстралингвистической единицы – выразительной позы (руки, открытые ладонями вверх), говорящей о его честности.

Акцентированная демонстративная тональность *в речи обвинения и следователей* используется для принуждения адресата к предоставлению компромитирующей себя информации или принятию определенного решения. Демонстративность говорящего создает впечатление о себе как о компетентном профессионале, убеждает реципиента в необходимости признания себя виновным. Например,

(8) Полиграфист: Вы наверняка переживаете по поводу этого теста. <...> Даже если вы думаете, что вам нечего скрывать, все равно страшно. Я провела массу тестов на полиграфе, прошла 10-недельный тренинг, работаю на полиграфе около 5 лет, учились в лучшей школе страны. Так что я хочу, чтобы вы были уверены: если вы не причастны к исчезновению, мы это сегодня узнаем. У меня лучшая в Америке подготовка, у нас самая проверенная методика. Так что поверьте, если вы ни при чём, я смогу им это сегодня доказать [Дело Криса Уоттса, ч.2, 20.11, 2021, www].

В примере (8) акцентированная коммуникативная демонстративность полиграфиста выражается гиперболой (провела массу тестов, учились в лучшей школе страны, лучшая в Америке подготовка, самая проверенная методика) и предложениями с однородными членами, которые убеждают подозреваемого в неизбежности разоблачения. Демонстративы, обозначающие наличие значительного опыта, подготовки и стажа работы, лучшего образования оказывают психологическое давление под видом обнадёживания в положительном исходе теста, вызывают когнитивный стресс.

Таким образом, коммуникативная демонстративность в юридическом дискурсе функционирует в акцентированной нарративной и манипулятивной разновидностях положительного и отрицательного характера в речевых

жанрах обвинительной речи, адвокатской речи, самозащитной речи, а также приговора, допроса, рекомендации, разъяснения, совета, комментария, протеста, совета-реминисценции, напутственного слова, инструктажа, предупреждения, самооправдания, самопрезентации. В речи судьи средствами реализации акцентированной нарративной положительной демонстративной тональности является я-модальность, лексический повтор и анафора. Манипулятивная отрицательная демонстративность выражается личными реминисценциями, гиперболой и лексическим повтором.

В речи истца и ответчика наблюдается акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность, строящаяся на использовании глаголов с негативной семантикой, демонстративной просодии, синтаксического параллелизма, гиперболической метафоры, экспрессивных клише и фразеологизмов. Манипулятивная положительная демонстративность выражается лексическим повтором, положительными гиперболическими эпитетами и синтаксическим параллелизмом.

В речи следователя функционирует акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность, основанная на гиперbole и использовании предложений с однородными членами.

Экстралингвистические средства реализации демонстративной тональности в юридическом дискурсе включают интонационное и смысловое выделение, демонстративные действия-перформативы и выразительные кинесические единицы.

Прагматические функции демонстративной тональности юридического дискурса состоят в поддержании иерархической структуры интеракции, регуляции поведения участников, побуждении и принуждении к действию, смягчении или усилении категоричности произносимого, выражении сочувствия, оценки, формировании чувства вины, оказании психологического давления авторитетом, создании положительного впечатления о говорящем, завоевании доверия, сочувствия и

самооправдании. Речевые стратегии включают разъяснение, угрозу, самопрезентацию и преувеличение.

2.3.7. Акцентированная коммуникативная демонстративность в политическом дискурсе

Акцентированная коммуникативная демонстративность широко представлена в политическом дискурсе – метадискурсе, который объединяет все сферы политической жизнедеятельности общества, политической интеракции и состоит из совокупности целенаправленных речевых действий, используемых при обсуждении деятельности политиков, политических проблем и событий.

Основываясь на тематическом принципе, к политическому дискурсу относят сообщения о политике, осуществлении власти и реакции на события политической жизни [Новикова, 2004; Декатова, 2025].

Ведущие характеристики политической коммуникации включают взаимодействие с целью получения власти, театральность, перформативность, высокую манипулятивность воздействия [Кононова, 2021]. Е.О. Туманова выделяет основные типы политического дискурса: идеологический, внешнеполитический, внутриполитический и политико-экономический [Туманова, 2023].

Акцентированная коммуникативная демонстративность в политическом дискурсе используется для создания положительного впечатления об адресанте, формирования о нем общественного мнения, привлечения избирателей, поддержки популярности, создания имиджа сильного и уверенного лидера и завоевания доверия аудитории.

Носителями политического нарратива являются языковые личности, которые играют значительную роль в политической жизни страны: представители органов законодательной и исполнительной власти, члены

политических партий и их лидеры, чьи профессиональные, психологические и нравственные качества отражаются в их речевых произведениях [Ахмадеев, 2022].

Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность в выступлениях политиков оформляет стратегии самопрезентации, убеждения, аргументации, нападения, самозащиты, агитации, а также тактики самовосхваления, оправдания и единения. Демонстративная тональность выполняет информационную, персуазивную, апеллятивную и оправдательную функции. Например,

(1) *Здесь кому вы доверитесь? За меня голосуйте! Номер три. Остальных забудьте. Они должны снять свои кандидатуры! [Россия-1, 10.09.2023, www].*

В примере (1) акцентированная демонстративная тональность выражена императивным предложением (За меня голосуйте!) и риторическим вопросом (Здесь кому вы доверитесь?), которые прямо указывают на человека, достойного безусловного доверия избирателей.

(2) *Уважаемые избиратели. Я, <...>, иду на выборы на должность кандидата в президенты Российской Федерации. <...> Вы знаете, я – русский человек и советский солдат. Я могу сказать на полном основании, что воины всегда выполняли присягу и всегда выполняли свой долг <...>. Я могу сказать, что мне нечего стыдиться. Я никогда не нарушал своих обещаний, и я убежден, что мы возродим единую страну, возродим армию, возродим русский дух [Там же].*

Акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность в речи говорящего (2), реализованная позитивными эпитетами (русский человек, советский солдат), лексико-фразеологической эмфазой (на полном основании, всегда, никогда), лексическим повтором (я могу сказать, всегда, выполняли, возродим), клишированными единицами (сказать на полном основании, выполнять свой долг, мне нечего стыдиться,

нарушал своих обещаний), сообщает реципиенту положительные социально-статусные характеристики человека, который имеет незапятнанную репутацию, не подведет в трудную минуту, верен своему слову. Тональные вербальные средства создают положительный имидж говорящего, убеждая аудиторию голосовать за его кандидатуру.

(3) Кандидат: Мы сюда пришли, чтобы показать, кто вы такие.

Ведущий программы: *Ваше время истекло.*

Кандидат: *Мое время только начнется 19 марта* [Там же].

В примере (3) средством выражения акцентированной манипулятивной положительной коммуникативной демонстративности выступает каламбур, основанный на антитезе (истекло – начнется), посредством которой политик заявляет, что он однозначно победит на выборах и вступит в должность президента 19 марта. Контрастирующие элементы создают комический эффект, выполняют функцию перформанса и эмфазы в самопрезентации продуцента.

(4) Нас никто не финансирует. На начальном этапе мне помогли мои офицеры, которые знали, что я (я извиняюсь за нескромность) ... то есть *они меня знали, как нормального порядочного офицера. Я этим горжусь и, как хотите меня понимайте, они знали, что Иванов дурного дела делать не будет.* Окладов у нас никаких нет. Я живу на пенсию. *Мы живем бедно, но достойно. И никому не продаемся за деньги* [КЗУР].

При обращении лидера к народу, его слова должны быть понятны и находить отклик у разных групп населения [Поряднева, 2023].

В отрывке из речи (4) акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность актуализируется эпитетами с положительной коннотацией (нормальный порядочный офицер, живем достойно), частым употреблением местоимения «я» и эмотивно-оценочными клише (Иванов дурного дела делать не будет. И никому не продаемся за деньги) позволяющими ему достичь единения с адресатом, показав максимальную

близость во взглядах, образе жизни, ценностях, установках и целях. Указанные демонстративы идентифицируют продуцента как представителя по-настоящему народной власти.

(6) *Депутатом я избираюсь уже третий созыв. У меня есть удостоверение* [Встреча с избирателями, 19.01.19, www].

Таким образом, в политическом дискурсе наиболее распространена акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность, которая находит свое выражение в речевых жанрах программная речь, дискуссия, выступление, информативный диалог в речевых стратегиях самовозвеличивания, самоодобрения, а также лексико-сintаксических и фразеологических единицах: гиперbole, положительных эпитетах и глаголах, я-модальности, антитезе, лексико-фразеологической эмфазе, лексическом повторе, эмотивно-оценочных клишированных единицах с положительной коннотацией, игре слов и риторических вопросах. Акцентированная манипулятивная коммуникативная демонстративность реализует имиджевую функцию и функции перформанса и самопрезентации.

2.3.8. Акцентированная коммуникативная демонстративность в деловом дискурсе

Деловой дискурс функционирует в коммуникации внутри организации, между организациями, между организациями и отдельными людьми. Это целенаправленное институциональное взаимодействие интерактантов при реализации деловых отношений в сфере бизнеса (производства и реализации товаров и услуг, финансирования, торговли, страхования, коммерции, переговоров по деловым отношениям).

Деловые люди используют акцентированную демонстративную тональность, чтобы рассказать о своих профессиональных достижениях, опыте работы и специализации.

Акцентированная коммуникативная демонстративность в деловом дискурсе реализуется комплексом верbalных и неверbalных действий, позволяющих интерактанту представлять окружению разные стороны своей личности и служащих для формирования и укрепления его имиджа. Демонстративность в данном типе дискурса актуализируется в процессе делового общения в сети Интернет, в текстах резюме, заявлениях представителей предприятий, в рекламе и интервью.

Интервьюируемые представители деловых сфер в ответах на вопросы журналиста демонстрируют себя как личность или свою фирму, привлекая внимание к успешной истории компании, способствуя признанию её сильных сторон и высокой профессиональной компетенции её служащих. Коммуникативные демонстративы указывают на конкретные результаты, которых они достигли, такие как повышение продаж, сокращение издержек или успешное управление проектами.

Акцентированная коммуникативная демонстративность заостряет внимание адресата на лидерских навыках говорящего, его способности вести команду, принимать стратегические решения и достигать поставленных целей. Например,

(1) *Мы два месяца назад закончили интересный проект. <...> Этот проект является, наверное, сейчас знаковым в 2021 году для нас, потому что даже на уменьшенном в пять раз номерном фонде мы обеспечили прибыльность этого объекта и сохранили весь персонал. Учитывая то, что этот объект до нас не приближался к таким показателям, имел полную инфраструктуру, я считаю, что это несомненный успех и подтверждение того, что наши технологии работают* [Интервью с генеральным директором УК «Станция» Алексеем Макаровым, 2022, www].

В отрывке речи (1) акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность актуализирована мы-модальностью, положительными эпитетами (несомненный успех, интересный проект,

знаковый проект), положительными глаголами (обеспечили и сохранили), разговорной фразой клише (наши технологии работают) и антитезой, (до нас не приближался - мы обеспечили прибыльность), которые говорят о развитых способностях эффективно выполнять работу. Данные тональные средства фокусируют внимание реципиентов на умении директора эффективно общаться, слушать и убеждать других людей, так как это важный аспект деловых отношений.

С помощью акцентированной манипулятивной положительной коммуникативной демонстративности деловые люди обращают внимание партнеров на деловые качества, которыми они обладают (постоянство, последовательность и другие), акцентируют свою профессиональную позицию и философию трудовой деятельности.

Демонстративная тональность делового дискурса присутствует в диалогических и монологических жанрах. Диалогические жанры функционируют в ситуациях реального взаимодействия. Монологические жанры преобладают на официальных сайтах компаний, твиттер-аккаунтах в социальных сетях, где предприятия или их служащие представляют себя в самом выгодном свете для продвижения товаров и услуг на рынке [Борис, 2016, с. 114]. Например,

(2) *Мы вместе!* И это место – «Карнавал». «Карнавал» – центр хороших покупок и отдыха [Мы вместе. Реклама ТРЦ «Карнавал», 2014, www].

(3) Макфа: Действительно круто! *Отличная работа* [КЗУР].

(4) Газпром нефть. *Технологический лидер нефтегазового рынка России* [Газпром-нефть, 2023, www].

(5) *Вместе мы даём ответы, которые необходимы инвесторам, чтобы двигаться дальше. Мы делаем все возможное. Мы приносим максимальную пользу* (перевод наш – И.Т.) [BlackRock Investing for a New World, 10.07.2017, www].

В примерах (2-5) акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность актуализируется мы-модальностью, синтаксическим параллелизмом, лексическим повтором, гиперболой, гиперболическими эпитетами и метафорой, фокусирующими внимание адресата на лучших качествах компании.

Данные примеры показывают, что демонстративность в деловом дискурсе используется для установления доверия у других профессионалов и клиентов. Когда говорящий ясно и уверенно представляет свои качества, это убеждает других в его способности достичь результатов и успешно выполнить задачи. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность реализует функции развития профессиональных отношений, расширения сети деловых связей и создания возможности для будущего сотрудничества. Демонстративы, передающие цели, ценности и способности коммуникантов, содействуют привлечению единомышленников и потенциальных партнеров.

Коммуникативная демонстративность обеспечивает успешность деловых переговоров. Тональные средства убеждают других людей в правильности приводимых доводов, способствуют принятию предлагаемой точки зрения и повышают шансы на заключение соглашения.

Таким образом, в деловом дискурсе доминирует акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность, которая актуализируется в речевых жанрах заявления, интервью и рекламного объявления позитивными адъективными и наречными эпитетами в положительной и превосходной степенях сравнения и гиперболической форме, глаголами с положительной коннотацией, лексическим повтором, антitezой, гиперболой и гиперболической метафорой, синтаксическим параллелизмом. Данная тональность выражается в речевых стратегиях преувеличения и самовозвеличивания, выполняя персуазивную, воздействующую и автопрезентирующую функции.

2.3.9. Акцентированная коммуникативная демонстративность в педагогическом дискурсе

Педагогический дискурс представляет собой институциональный вид взаимодействия педагога и учащегося, направленный на интеграцию молодого человека в социальную систему через объяснение существующего порядка, социальных норм и правил поведения, приобщение его к системе ценностей, осуществление обратной связи и оценку результатов [Горбачева, Фокина, Календр, 2020].

Интеракция данных субъектов социально ориентирована и характеризуется статусными отношениями. Субъекты коммуникации имеют разные социальные роли с однонаправленными и взаимонаправленными векторами (коррелирующими с авторитарным и демократическим общением).

Акцентированная демонстративная тональность применяется учителем для установления доверительных отношений с подопечными. Например,

(1) Меня зовут мистер Франклин. Сегодня я работаю в Сент Джутс первый день и не хочу, чтобы он стал последним. <...> Я – человек незлой, но не питайте никаких иллюзий. У меня и на затылке есть глаза. <...> Я здесь, потому что я – учитель и, надеюсь, хороший [х/ф «Песня для изгоя», 2003, www].

В примере (1) учитель использует акцентированную манипулятивную положительную демонстративную тональность, выраженную положительными эпитетами (человек незлой, хороший учитель), гиперболической фразеологической единицей (на затылке есть глаза), антитезой (первый – последний день) и инверсией, с помощью которых он не только создаёт благоприятное первое впечатление о себе, обозначает правила и границы общения, но и способствует разрядке возникшего напряжения от ожидания неизвестного.

(2) Учитель: Здравствуйте, дети. *Я ваши новый учитель. <...>* Гвирески, ты бы мог попасть в эту бестию?

Гвирески: Раз плюнуть (стреляет несколько раз в муху, но не попадает).

Учитель: Гвирески, дай сюда рогатку (*отрывает зубами кусок газеты, жует и делает шарик, стреляет и убивает муху*). Рогатка, Гвирески, останется у меня. И прошу всех сдать оружие (ученики кладут на стол учителя свои рогатки и открывают учебники). Гвирески, к доске. Спрягай глагол «стрелять» [Ералаш № 46, 1984, www].

В примере (2) в новом классе молодой учитель сталкивается с неуправляемыми 12-летними школьниками, которые подчиняются однокласснику Гвирески. Ученики негативно настроены по отношению к учебе и оппозиционно по отношению к преподавателю. Чтобы завоевать уважение и склонить их к сотрудничеству, учитель прибегает к акцентированной коммуникативной демонстративности, реализуемой демонстративным действием (отрывает зубами кусок газеты, жует и делает шарик, стреляет и убивает муху).

Демонстративная тональность в педагогическом дискурсе служит средством повышения мотивации и интереса учеников к учебной дисциплине, передавая информацию о том, чем она интересна, какой опыт и знания имеет педагог в этой области. Это стимулирует учащихся к более глубокому изучению предмета и саморазвитию. Например,

(3) Квантовая физика говорит, что наблюдатель является частью научной парадигмы. Он – участник. *<...>* Потом всех стали утешать, что все эти законы действуют в квантовом мире и к нам не имеют никакого отношения. *Ну, я не знаю. Я не так наивна, чтобы в это поверить. <...>* Он внутри нас. И мы не можем сделать вид, что его нет. *Вот это, кстати, меня больше всего расстраивает. Я еще согласна смириться с макропараметрами.* *<...>* Это ладно, я как-то готова примириться. *А как насчет того, что*

идет в микромир в таких же размерах и дальностях, только это находится у меня в пальце? Дальше это куда? [Сознание и мозг, 2023, www].

В монологе (3) акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, актуализируемая я-модальностью, риторическим вопросом, дискурсивами в функции эмфазы (Ну, я не знаю. Это ладно; как-то, кстати), эмоционально-окрашенными глаголами с гиперболической семантикой (расстраивает, смириться, примириться), гиперболической антitezой и метафорой, помогает преподавателю показать, что он выступает на равных с аудиторией, заинтересовать учащихся излагаемой темой, создать условия для формулирования собственных выводов и инициации самостоятельных размышлений.

Посредством демонстративной тональности учитель рассказывает о своих методических подходах в исследовании и используемых материалах. Это помогает ученикам сфокусироваться на изучаемой проблеме и выбрать направление своего проекта. Например,

(4) А к этому времени поиск маятника в биологических часах, как мне казалось, приобретает материальный облик. *Я занимался белками: такая у меня плюс к секретной моей работе с радиоактивностью задача была. У меня была свобода после рабочего дня до поздней ночи ставить свои опыты.* <...> Мышечные белки меня интересовали, как механизм, в котором преобразуются химические элементы в механические. Там масса глубоких вопросов. И все бы ничего, но почему-то *мои растворы белков вели себя странно.* <...> Некоторые значения скорости реакции были, а некоторые никогда не были. Было квантование. <...> *Самое важное потом оказалось, что мои колебания, вспыхивания и неодинаковое распределение, набор дискретных состояний – самая глубокая вещь, которую я мог бы когда-нибудь увидеть* [Academia. Симон Шноль. Биологические часы. 1-я лекция, 2013, www].

В отрывке лекции (4) коммуникативными демонстративами акцентированной манипулятивной положительной демонстративной тональности, с помощью которых лектор акцентирует внимание аудитории на значимости и уникальности проводимой им научной работы, являются биографические реминисценции, положительные эпитеты (секретная работа, самое важное), гипербола (после рабочего дня до поздней ночи), гиперболическая метафора (самая глубокая вещь, которую я мог бы когда-нибудь увидеть) и инверсия.

Преподаватели используют акцентированную положительную манипулятивную демонстративную тональность для укрепления авторитета и снискания уважения учеников.

Коммуникативная демонстративность речевого поведения педагога оказывает большое влияние на процесс обучения и социализации ученика.

Согласно преимущественному использованию той или иной разновидности коммуникативной демонстративности, определенным образом организующей учебную деятельность и общение, учителя делятся на демократичных и авторитарных.

Авторитарный учитель диктует правила и требования, а ученик их безоговорочно выполняет. В этом стиле общения учитель характеризуется доминантностью и акцентированной строгостью. Такой педагог игнорирует мнение ученика и подавляет проявления его личности. Например,

(5) Мистер Сквирс: Ну, Смайк, имеешь ли ты что-нибудь сказать в свою защиту? <...> Иди сюда! (*поднимает ученика с пола за ворот пиджака*).

Смайк: Пощадите меня, сэр.

Мистер Сквирс: *Я изобью тебя до полусмерти и тогда пощажу!*

Смайк: Прошу, сэр, меня до этого довели.

Мистер Сквирс: О, так это была не твоя вина? Должно быть моя? (*Сквирс швыряет Смайка на парту и избивает тростью*) [х/ф «Николас Никльби», 1977, www].

(6) Встань, когда со мной разговариваешь! [х/ф «Класс», 2007, www].

В примерах (5) и (6) коммуникация учителя основана на акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративной тональности, выраженной демонстративными действиями-устрашениями (поднимает ученика с пола за ворот пиджака, швыряет на парту и избивает тростью), императивными предложениями (Иди сюда! Встань, когда со мной разговариваешь!), риторическими вопросами (Должно быть моя?) и фразеологической единицей «избить до полусмерти». В речи авторитарного учителя представлены иллокутивные доминанты директивного и декларативно-экспрессивного типа, имеющие следующие виды прагматограммы: 1) экспозитив + директив + демонстративное действие-угроза + комиссив + экспозитив + демонстративное действие-устрашение, 2) директив.

Демократичный учитель в общении с учеником стремится к равноправию и уважению его чувств. В таком стиле взаимодействия педагог готов выслушать и принять мнение ученика, а также сотрудничать с ним для достижения общей цели. Например,

(7) Корчак: Не плачьте. Не надо плакать (*обнимает детей и прижимает к себе*). Не бойтесь. Сейчас страшно, но красиво, правда? <...> (*выбегает под дождь*) Крибле – крабле – бумс! (*делает магические пасы руками*) Ветер тучи разгоняй! (*грозит пальцем небу*) Гром и тучи улетай! Крибле – крабле – бумс! (*с улыбкой оборачивается к детям*).

Ученик: Доктор, да вы волшебник? [х/ф «Корчак», 1990, www].

В примере (7) во время грозы учитель использует акцентированную манипулятивную положительную демонстративную тональность, актуализирующую демонстративным действием-консоляцией (обнимает детей

и прижимает к себе, с улыбкой оборачивается к детям) и перформансом (выбегает под дождь, делает магические пасы руками, грозит пальцем небу), чтобы успокоить детей и выразить им свою поддержку. Речь демократичного педагога характеризуется иллокутивной доминантой суппортивно-экспрессивного типа, имеющей следующий вид прагматограммы: реквестив + реквестив + демонстративное действие-консоляция + реквестив + перформанс + демонстративное действие-консоляция.

Рассмотрим особенности акцентированной коммуникативной демонстративности в речи ученика. Акцентуированные типы учащихся (гипертический, астеноневротический, циклоидный, лабильный, сенситивный, психастенический, шизоидный, эпилептоидный, истероидный, неустойчивый) могут быть объединены в три основных: «бунтарь», «клоун» и «эрudit» [Егорова, Мещанова, 2018]. Данные типы выделяются своим нестандартным коммуникативным поведением.

Ученик «бунтарь» проявляет открытое неповинование и сопротивление правилам и авторитету учителя. Он может быть несговорчивым, агрессивным и склонным к провокациям. Бунтари вызывают конфликты в классе и затрудняют обучение других учеников. Например,

(8) Учитель: Ганжа, как вы общаетесь с учительницей?

Ученик: Вот видите, Нестор Петрович, что со мной происходит? Видите? *Я ведь совсем потерял голову. Я сейчас вообще могу сделать черт знает что. Я сейчас вообще могу выпрыгнуть с этого окна.* Вы прекрасно меня знаете. Смотрите! (пытается вскарабкаться на подоконник) <...> *Я сейчас этот стул грохну. Разрешите?* (поднимает стул, чтобы бросить об пол)

Учитель: Вам не надоело паясничать, Ганжа? [х/ф «Большая перемена», 1972, www].

В высказывании (8) ученик использует акцентированную манипулятивную отрицательную разновидность демонстративной

тональности, проявляющуюся в употреблении я-модальности, синтаксического параллелизма, лексического повтора (Я сейчас вообще могу), фразеологизмов (терять голову, черт знает что), гиперболического глагола (стул грохну) и демонстративных действий-угроз (пытается вскарабкаться на подоконник, поднимает стул, чтобы бросить об пол), чтобы выразить протест против школьных правил, строгих рамок поведения и заставить учителя согласиться со своим своеволием.

(9) Учитель: Ты все сказал, Южин? Сейчас мы с вами потренируемся, чтобы вы знали, что делать <...> (*Южин раздевается*).

Учитель: Южин, а в чем дело? <...>

Ученик: Вы преподаете чушь, Елена Львовна. <...> То есть, вы полагаете, что Библия лжет?

Учитель: Мне совершенно все равно, что сказано в Библии. Я преподаю биологию.

Ученик (*шагает по партам без одежды*): Вы преподаете чушь, Елена Львовна [х/ф «Ученик», 2016, www].

Диалог (9) содержит акцентированную манипулятивную отрицательную коммуникативную демонстративность, окрашивающую общение ученика с учителем биологии. На уроке Елена Львовна затрагивает тему репродуктивной системы человека, что, по мнению Южина, стыдно озвучивать в школе. Ученик решает ответить бес tactностью на «бес tactность» преподавателя с помощью демонстративного действия-агрессии (раздевается, шагает по партам без одежды).

Тип ученик «эрudit» – это школьник, который всегда желает быть лучшим во всем и имеет высокий уровень знаний в различных предметах. Он склонен к постоянной самодемонстрации. Иногда он может быть чрезмерно самоуверенным и стремиться к господству в классе. Например,

(10) Учитель: Кто с вами занимался раньше?

Ученик: Вы слышали, что сказала мама? *Я – маленький гений* [х/ф «Ученик», 1996, www].

В примере (10) с помощью акцентированной положительной демонстративной тональности, актуализируемой гиперболой (гений), положительным эпитетом и назывным предложением ученик заявляет о своих уникальных способностях и высоком уровне интеллекта.

Ученик «клоун» всегда хочет привлечь внимание одноклассников к себе через шутки, забавные выходки и вызывающее поведение. Например,

(11) Завуч: Успенский, я жду объяснений.

Ученик: (*весело вскакивает с места*) *I beg your pardon, Анна Васильевна. But, I'm afraid you wouldn't be able to understand me in Russian either.*

Завуч: Кончил?

Ученик: *Yea.*

Завуч: Ты прекрасно знаешь: я не понимаю по-английски.

Ученик: Хорошо, я переведу. Я сказал: *Простите, Анна Васильевна, но и по-русски вы вряд ли сможете меня понять* (*выходит с портфелем из класса*) [х/ф «Шут», 1988, www].

В примере (11) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность реализуется демонстративным действием-оппозитивом (вскакивает с места, выходит с портфелем из класса) и выражением мысли на иностранном языке. Таким способом ученик показывает себя оригинальным человеком, впечатляет окружающих свободой самовыражения.

Помимо презентации психотипа, демонстративная тональность используется учащимися для самопрезентации при переводе в новую школу или класс, участии в конкурсах и мероприятиях.

Педагогическое взаимодействие, воздействие, общение, проявления педагогического умения невозможно осуществить без коммуникативной

демонстративности. Документы об успеваемости, как демонстративные предметы, показывают успешность учащихся и уровень приобретённого опыта. Например, портфолио учителя указывает на его профессиональные достижения, результаты обучения и воспитания его учеников. Школьная форма, униформа учителя, мантии, конфедератки, школьные аксессуары (кольца, ремни, значки, галстуки) являются демонстративами и используются с целью представления учебного заведения и уровня образования учащихся.

Среди наиболее демонстративных форм обучения выделяются открытое занятие, мастер класс.

Открытый урок – это занятие, на котором учитель посредством демонстративной тональности транслирует окружающим свой методический опыт, новаторские разработки, реализацию педагогической идеи, применение методического приема или метода обучения.

Мастер класс основан на манифестации нестандартного решения конкретной педагогической задачи. На данном уроке педагог с помощью коммуникативной демонстративности показывает себя личностью с новым мышлением, обучающей посредством самостоятельного поиска решений участниками занятия.

В высших учебных заведениях способом презентации материала и самого педагога выступает видео лекция, когда все составные части педагогического мастерства, актуализируемые демонстративами, объединяются в единое целое, создавая образ преподавателя.

Таким образом, в педагогическом дискурсе наблюдается присутствие акцентированной манипулятивной положительной и отрицательной демонстративной тональности в речевых жанрах урока, лекции, дискуссии, а также самопрезентации, объяснения, беседы, приказа, обвинения, оправдания, биографической реминисценции-назидания, нотации, укора, провокативного вопроса и саботажа.

В коммуникации учителя манипулятивная положительная демонстративность передается положительными эпитетами, гиперболическими тропами и фразеологизмами, я- и мы-модальностью, глаголами с гиперболической семантикой, антitezой, инверсией, риторическими вопросами, дискурсивами в функции эмфазы, биографическими реминисценциями, демонстративными действиями кооперации, консоляции, перформанса. Речевые стратегии, оформляющие данную тональную разновидность, составляют преувеличение и самопохвала.

Манипулятивная положительная демонстративность в речи учителя выполняет контактостанавливающую, мотивирующую, стимулирующую, регулятивную, кооперативную, поддерживающую и консолирующую функции.

Манипулятивная отрицательная демонстративная тональность выражается императивными предложениями, риторическими вопросами, демонстративными действиями-устрашениями, речевыми стратегиями запугивания и угрозы, выполняет регулятивную функцию.

Акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность в речи ученика реализуется я-модальностью, синтаксическим параллелизмом, лексическим повтором, фразеологизмами и гиперболическими глаголами, демонстративными действиями-оппозитивами, действиями-угрозой и действиями-агрессией, выполняя функции автопрезентации, воздействия и протesta. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность формируется коммуникантом с помощью положительных эпитетов, гиперболы, я-модальности, назывных предложений, демонстративных предметов и идей, перформативных действий. Демонстративная тональность в речи ученика имеет функцию самопрезентации и привлечения внимания.

2.3.10. Акцентированная коммуникативная демонстративность в массово-информационном дискурсе

Язык массмедиа имеет большое влияние на коммуникативное поведение людей [Кобозева, 2003; Карпухина, 2016]. Человек цифрового века живет в материальном мире, но строит свое поведение исходя из представлений информационной реальности, которые лишь частично коррелируют с физическим миром. Он моделирует свое понимание происходящего на основе фактов, которые он получает из прессы, радиопрограмм, телепрограмм и видеопрограмм [Кириллина, Фабричных, 2024].

Массово-информационный дискурс – институциональный дискурс массовой коммуникации, реализующийся в форме спланированного дистанционного колективного взаимодействия, направленный на зрелищный эффект и обмен насущной социально значимой информацией.

Коммуникативная демонстративность создает отличительные характеристики СМИ: сенсационность, зрелищность и сканальность. Акцентированная демонстративная тональность в массово-информационном дискурсе участвует в построении разнообразных идеологических и культурноспецифических медиаконструкций, интерпретирующих огромный объем происходящих в мире событий для реципиентов.

Акцентированная демонстративность в массово-информационном дискурсе используется для ведения информационной войны, а также для выделения важной информации о событиях и проблемах, оказания влияния на общественное мнение и поведение, закрепления в сознании реципиентов ключевых идей. Например,

(1) Вы даже газ получаете через эту страну. Смешно сказать. И нефтепровод работает. Поэтому тут не все так просто.

Ведущая программы: *Мне страшно хочется верить в эту версию!* [Россия-1, 19.01.2024, www].

В примере (1) журналист прибегает к акцентированной манипулятивной отрицательной коммуникативной демонстративности, выраженной гиперболой, указывающей зрительской аудитории на ложность произносимой говорящим информации, её несоответствие общепринятой точке зрения.

(2) *Депутат Новозеландского парламента Хана-Равити Кареарики Майти-Кларк начала хаку в знак протеста против голосования по закону, который изменял толкование Договора Вайтанги 1840 года и подрывал права коренных маори. Майти-Кларк разорвала копию законопроекта, встала и исполнила традиционную военную песню-танец народа маори, используемую для демонстрации глубокого оскорбления* [rg.ru, 17.11.2024, www].

Депутат парламента в примере (2) выбрала для обозначения своего несогласия с мнением большинства эксплицитную манипулятивную отрицательную демонстративную тональность, основанную на лингвистическом гештальте (военная песня-танец народа маори) и демонстративном действии-протесте (разорвала копию законопроекта).

Коммуникативная демонстративность является составной частью технологии дегуманизации оппонента. Например,

(3) Ведущая программы: *Я сейчас, с позволения сказать, задам буквально вам вопрос: Вы за кого голосовали?*

Политолог: Вот я голосовал за патриотов моей страны [Россия-1, 27.08.2019, www].

В ситуации (3) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность, актуализированная недооценкой (с позволения сказать, буквально), реализует негативную оценку продуцента, выказывающего непримиримую враждебность по отношению к гражданам своей страны.

(4) Ведущая программы: *Что касается митингов, мы насмотрелись на ваши кейс, прости господи, не первый уже майданный [Там же].*

В высказывании (4) отрицательным демонстративом является эмфатическое междометное выражение (прости господи), усиливающее семантику осуждения позиции оратора, наглядно эксплицирующее коллективному адресату неверные установки, от которых им следует отказаться. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность внушает необходимую модель поведения и формирует определенный тип мышления.

Демонстративная тональность в массово-информационном дискурсе создает и контролирует имидж говорящего, подчеркивает его позицию в важных общественных вопросах. Например,

(5) Гость программы: *Я очень важную вещь скажу: Я ни в коем случае не называю жителей этой территории плохими [Там же].*

В примере (5) акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность выражается гиперболическим эпитетом (очень важная вещь), инверсией сказуемого и прямого дополнения и гиперболической фразеологической единицей (ни в коем случае), посредством которых журналист осуществляет эмоциональную подачу своих политических воззрений для формирования определенного впечатления о себе и своих целях.

Коммуникативная демонстративность среди прочих выполняет рекреативную функцию. Например,

(6) Ведущий программы: Так, все давайте сейчас (*обводит зал рукой*) я вот этот кусочек темы так поэтически маленькой такой ремарочкой закрою: *По лесу гуляли, выскоцил маньяк, бросился к подруге. Что со мной не так?* Продолжим через пару минут [RuTube, 09.07.2020, www].

В данном фрагменте телепрограммы (6) журналист подводит итог длительной дискуссии. Ведущий использует акцентированную

манипулятивную положительную демонстративность, актуализируемую литотой и игровым текстом для восстановления психофизического баланса адресатов, их эмоциональной разрядки.

Таким образом, человек получает представление о действительности, опираясь в большей степени не на личные суждения, а на выводы, предлагаемые информационными службами, транслирующими сообщения о жизни общества, создающими и утверждающими эталоны поведения, принимающими участие в конструировании социальной реальности средствами коммуникативной демонстративности.

Демонстративная тональность в массово-информационном дискурсе представлена акцентированной манипулятивной разновидностью с разной эмоциональной окраской в речевых жанрах комментария, сатирической реплики, дискуссии, личной интерпретации, экспертного заключения. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выражается гиперболой, недооценкой, междометными выражениями, демонстративными действиями-перформансами, демонстративными предметами, речевой стратегией дискредитации и выполняет функции разоблачения, осуждения, демонизации оппонента и программирования массового сознания. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность реализуется литотой, игровым текстом, мелиоративными гиперболическими тропами и фразеологизмами, инверсией, обеспечивая рекреативную функцию и функцию самопрезентации.

2.3.11. Акцентированная коммуникативная демонстративность в рекламном дискурсе

Рекламный дискурс является сложным социокультурным явлением, связанным с самыми разными видами активности человека [Селезнева, Аверьянова, 2023, с. 184]. Будучи массовой сферой коммуникации, данный

дискурс выступает инструментом воздействия на людей и систему отношений между ними [Кочетова, 2010; Шестак, 2024].

Рекламный дискурс – форма речемыслительной деятельности, образующая рекламный текст полимодальными средствами, которая выполняет прагматические, социокультурные, коммуникативные задачи [Ильинова и др., 2011; Эгамбердиева, Эгамбердиева, 2021].

Посредством коммуникативной демонстративности рекламный дискурс создает и распространяет сообщения, которые не только продвигают товары и услуги, но и формируют образ жизни и мировоззрение его участников [Крюкова, 2009]. Демонстративная тональность рекламы закрепляет в общественном сознании общепринятые интерпретации, репрезентует стереотипы и ценности.

В современном обществе великое множество услуг и продуктов непрерывно соперничают между собой, в связи с чем, товаропроизводители применяют одну из ключевых составляющих коммуникативной демонстративности – преувеличение, чтобы их продукция привлекала внимание и успешно продавалась. Перформанс и акцентирование достоинств товаров носит положительный характер и рассматривается как игра.

Акцентированная демонстративная тональность в рекламном дискурсе выполняет функцию привлечения внимания потенциальных клиентов к продукции или услугам компании.

Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность создаёт и укрепляет имидж компании, подчеркивает ее ценности и уникальные особенности, чтобы привлечь целевую аудиторию. Например,

(1) Приходите в Coral Travel. <...> Сегодня мы являемся одним из ведущих операторов России и Европы. Нас любят и знают! [Реклама турагентства, 20.01.2020, www].

В представленных утверждениях (1) акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, актуализируется глаголами с

положительной коннотацией (любят, знают) и гиперболой (одним из ведущих операторов), которые призваны стимулировать спрос на организацию туров данной компании и увеличение продаж и доходов.

Широко используются консультации с профессионалом высокого класса, медийной личностью, блогером, апелляция к непререкаемому авторитету страны-разработчика (Россия, Япония, Швейцария, Германия, Швеция). Например,

(2) Начальник: Где отчёт о шариковых ручках?! Ты что язык проглотил?

Подчиненный делает глоток напитка и *превращается в медийную личность в образе воина «Игры престолов»*, который *рычит, размахивает оружием, рубит провода компьютера, осыпая начальника искрами, пронзает мечом потолок*.

Подчиненный (*издает боевой крик*): <...> Я – батя драконов. А ты – пёс смердящий [КЗУР].

В примере (2) идея рекламного ролика о том, что напиток делает человека смелым, открывает в нем новые грани его характера, оформляется вербальными и невербальными средствами акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративной тональности: перформансом (размахивает оружием, рубит провода, пронзает мечом потолок) просодическими элементами (рычит, издает боевой крик), гиперболической метафорой (Я – батя драконов) и гиперболической антитезой (дракон – смерд). Выражаемый таким образом посыл изменяет восприятие привычных вещей, выделяет важную информацию, способствует быстрому запоминанию, закрепляет в сознании реципиентов название бренда или товара.

Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность выполнят аттрактивную функцию, способствуя привлечению новых клиентов, расширению клиентской базы и удержанию существующих

клиентов путем поддержания их лояльности к бренду и стимуляции повторных покупок. Например,

(3) *Я не халявщик, брат. Я свои деньги честно зарабатываю на экскаваторе и вкладываю их по акциям, которые мне приносят прибыль. Ты захотел построить завод. Один ты не построишь. А если мы все сложимся, то построим его, ... который будет давать нам прибыль, кормить нас. Я – не халявщик! Я – партнёр!*

Верно. *Мы – партнеры!* [vkvideo.ru, www].

В рекламном продукте (3) акцентированная манипулятивная положительная демонстративность выражена я- и мы-модальностью, номинативными предложениями с положительной коннотацией (*Я – партнёр! Мы – партнеры!*), эмоциональным синтаксисом и гиперболической антитезой (халявщик – партнер), с помощью которых компания показывает потенциальным потребителям, как они могут воспользоваться новыми возможностями.

Коммуникативная демонстративность удовлетворяет потребность покупателя в самопрезентации через покупаемый продукт и идентификации себя с престижной социальной группой. Например,

(5) *Я счастлива* [Jennifer Lawrence stars as the face of Dior's Joy, 2018, www].

В рекламе духов Joy by Dior (5) акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность выражается невербальными средствами – демонстративными действиями, выполняемыми американской кинозвездой Дженифер Лоуренс (улыбается, смеется, прыгает в бассейн, загорает, ест персик, ловит медуз, целует любимого, мечтает под звездами) и вербальными средствами – положительным эпитетом (*Я счастлива*). Возвышенный эмоциональный настрой, создаваемый демонстративами, передается адресату, вызывая у него желание соответствовать

понравившемуся образу, купив духи, изменить себя, паттерн поведения и социальную роль.

Таким образом, в рекламном дискурсе демонстративная тональность представлена в речевых жанрах рекламного объявления и рекламного ролика положительной и отрицательной манипулятивными разновидностями акцентированной демонстративной тональности. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность актуализируется я- и мы-модальностью, глаголами с положительной коннотацией, положительными эпитетами, гиперболой, гиперболической антitezой, номинативными предложениями, эмоциональным синтаксисом, демонстративными действиями, речевой стратегией эпатажа, осуществляя регулятивную, оценочную и эстетическую функции. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность реализуется вербальными средствами (гиперболическими метафорой и антitezой) и невербальными средствами (перформансом, просодическими элементами), осуществляя воздействующую и эмотивную функции.

2.3.12. Акцентированная коммуникативная демонстративность в военном дискурсе

Военный дискурс отражает возникающие внешние, внутренние и трансграничные угрозы и вызовы, с которыми сталкиваются вооруженные силы (гибридные войны, терроризм, кибератаки и другие).

Военный дискурс – это разновидность институционального дискурса, представляющая собой специализированный стандартизованный вариант верbalного взаимодействия между военнослужащими, включающий речевые произведения, создаваемые в рамках военной сферы общения [Pelepeichenko, 2022].

Коммуникативная демонстративность является важным свойством военного дискурса, позволяющим осуществлять разнообразные функции: эффективную интеракцию военных и гражданских структур, военных лидеров и СМИ, пропаганду и манипуляцию массами, межкультурную коммуникацию в случае военных операций за пределами страны.

Рассматриваемый дискурс состоит из корпуса устных и письменных военных прецедентных текстов и высказываний, совокупности специфических речевых жанров, ритуальных действий, используемых в обусловленных статусно-ролевыми характеристиками коммуникантов типизированных ситуациях [Ахметгареева, 2023, р. 28].

Демоустративная тональность в военном дискурсе реализует широкий спектр тем и таких вопросов, как стратегия и тактика военных действий, международные отношения и конфликты, кибербезопасность, геополитические аспекты, обсуждение применения вооружений, обеспечения безопасности и обороноспособности государства.

Использование определенной разновидности демонстративной тональности в военном дискурсе зависит от контекста и целей коммуникации.

(1) Каким путем пойдет президент, не могу сказать. Но, я могу *твердо сказать, однозначно*, абстрагируясь от конкретных личностей, а просто, вопрос тенденции: сохранение курса нынешнего, сохранение действующей военной элиты, которая <...> пропитана идеями пятой колонны, *вот так я сформулирую в мягкой форме*, ведет лично президента и его команду к катастрофе, личной катастрофе [vkvideo.ru, 01.02.2024, www].

В высказывании (1) присутствуют тональные средства двух разновидностей демонстративности: 1) акцентированной нарративной положительной, реализуемой положительными эпитетами (твердо сказать, однозначно) для выражения убежденности в своей позиции, основанной на глубоком знании вопроса, и 2) акцентированной манипулятивной

отрицательной, актуализируемой посредством недооценки (вот так я сформулирую в мягкой форме), для осуждения деструктивного поведения части элиты вооруженных сил государства и отмежевания от него.

Обмен или передача информации требует от военнослужащего убедительности, в связи с чем участники военного дискурса прибегают к положительной нарративной демонстративности для убеждения других в своей правоте или способности принимать решения. Например,

(2) Эти аппараты осуществляют управление в сантиметровом диапазоне волн. <...> Я сказал «за исключением коротковолновых, средневолновых и длинноволновых». *Я – военный инженер России и радиосвязи, понимаю, о чем говорю* [RuTube, 16.02.2024, www].

В представленном суждении (2) из речи геополитика, военного политолога и стратега демонстративная тональность имеет акцентированную нарративную положительную форму и выражается в употреблении я-модальности, гиперболы и глаголов с положительной коннотацией.

Акцентированная нарративная коммуникативная демонстративность употребляется военачальниками для самообъективации, утверждения своего авторитета, подчиненными – для объективации морального облика. Например,

(3) *Я – Буденный! Я еще никому не сдавался!* [х/ф «Сын отца народов», 2013, www].

В примере (3) речь командующего построена на акцентированной положительной демонстративности, которая передается я-модальностью, назывным предложением, эмоциональным синтаксисом и гиперболой (*Я еще никому не сдавался!*).

Коммуникативная демонстративность в военном дискурсе способствует формированию командного духа и мотивации его участников. Например,

(4) Но прежде чем он договорил это слово, *князь Андрей*, чувствуя слезы стыда и злобы, подступавшие ему к горлу, *уже соскачивал с лошади и*

бежал к знамени. – Ребята, вперед! – крикнул он детски пронзительно. «Вот оно!» – думал князь Андрей, схватив древко знамени и с наслаждением слыша свист пуль, очевидно направленных именно против него. Несколько солдат упало. – Ура! – закричал князь Андрей, едва удерживая в руках тяжелое знамя, и побежал вперед с несомненной уверенностью, что весь батальон побежит за ним. И действительно, он пробежал один только несколько шагов. Тронулся один, другой солдат, и весь батальон с криком «ура!» побежал вперед и обогнал его [Л.Н. Толстой. Война и мир, 1873, www].

В ситуации (4) акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность актуализируется демонстративными действиями (командир поднялся из окопа и повел солдат в атаку личным примером, схватив древко знамени, ... побежал вперед), которые вдохновили солдат последовать примеру командира.

Демонстративная тональность применяется для предупреждения саботажа, дезертирства и падения боевого духа солдат. Например,

(5) Рычигин: *Меня зовут майор Рычигин. Я – боевой офицер. Временно ваш новый начальник. <...> Родина дает вам право кровью искупить свою вину. Добровольцам выйти из строя! <...> В ближайшее время враг будет сломлен и поставлен на колени.*

Заключенный: Город отдали фрицам.

Рычигин: Фамилия!

Заключенный: Заключенный Коваль.

Рычигин: Заключенный Коваль, по закону военного времени и за антисоветскую пропаганду *ты приговариваешься мною к расстрелу (звучит выстрел)* [х/ф «Паршивые овцы», 2010, www].

В данном примере (5) из истории Великой Отечественной войны акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выражается я-модальностью и демонстративным экзекуционным действием

(выстрел), направленными на предотвращение подрывной деятельности подчиненных.

Таким образом, в военном дискурсе функционируют два вида коммуникативной демонстративности: акцентированная манипулятивная положительная и акцентированная манипулятивная отрицательная тональности, проявляющиеся в речевых жанрах призыва, приказа, клятвы, самопрезентации, обмена мнениями и экспертного мнения.

Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность выражается мы- и я- модальностью, глаголами с положительной коннотацией, положительными эпитетами, недооценкой, гиперболой, демонстративными эмоциональными действиями, речевыми стратегиями самопрезентации, реализуя констатирующую, контактоустанавливающую, аттрактивную, автопрезентирующую, персуазивную, мотивирующую и инспиративную функции.

Акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность выражается недооценкой, демонстративными экзекуционными действиями, речевой стратегией устрашения, выполняя интерпретативно-оценивающую, персуазивную и превентивную функции.

2.3.13. Акцентированная коммуникативная демонстративность в медийно-дипломатическом дискурсе

Медийно-дипломатический дискурс – это коммуникативная практика, объединяющая дипломатическую деятельность и медийное пространство, направленная на эффективное представление и защиту внешнеполитических интересов государства через публичное общение и информационное воздействие [Karl, 1982; Gilboa, 1998; Pamment, 2014; Юйжуй, 2023]. Дипломатический дискурс в медиапространстве служит эффективным механизмом публичной дипломатии, где дипломаты взаимодействуют с

массовой аудиторией через разнообразные формы коммуникации – от формальных заявлений до интервью в средствах массовой информации [Кочеткова, 1996; Archetti, 2012; Красавский, 2023; ul Haq, 2025].

Внешнеполитическое взаимодействие, коммуникация системы с системой, невозможны без использования демонстративной тональности в информационной среде. Медийно-дипломатический дискурс – это не только вербальное, но и символическое выражение доктрин, концепций и идеологических принципов при осуществлении интеракции в области внешней политики государств, которое формулируется исходя из национально-культурных, социально-исторических, а также ситуативных характеристик контекста с учетом намерений коммуникантов [Евстафьев, 2024].

Интенциональным основанием конструктивной демонстративности является сплочение политических структур в рамках мира, принятие решения на основе общего согласия, осуществление политических заявлений, информирование о политических действиях, создание языковой картины политического поля и ее интерпретация, оценка действий политиков; деструктивной – дифференциация групповых агентов внешней политики, развитие конфликта, манипуляция сознанием.

В медийно-дипломатическом дискурсе функционируют акцентированная положительная и отрицательная коммуникативная демонстративность в её нарративной и манипулятивной разновидностях.

Жанры дипломатической коммуникации доклад, выступление, ответы на вопросы СМИ, пресс-конференция, интервью, заявление, нота, комментарий осуществляют перформативную функцию. Их объединяет общая цель – демонстрация официальной позиции государства во внешнеполитических вопросах и представление страны как равноправного участника международных отношений, оказывающего влияние на расстановку сил и ход событий в мире. Например,

(1) М. Захарова: *Мы всегда уважаем национальное законодательство суверенных государств* [Брифинг М.В. Захаровой, 28.02.2024, [www](#)].

(2) В. Небензя: *Я верю в международный порядок, основанный на хартии ООН* [Василий Небензя: Мы находимся в конфликте с Западом, 15.02.2024, [www](#)].

В примерах (1), (2) говорящие используют акцентированную манипулятивную положительную демонстративную тональность в позитивных декларативах, выраженную я- и мы- модальностью, которые подчеркивают основополагающие принципы взаимодействия для построения продуктивного диалога.

В основе коммуникативной демонстративности в этой сфере лежат задачи продвижения интересов государства на международном уровне, укрепления своего положения в мировом сообществе и распространения своей политической идеологии, ценностей и предпочтений. Например,

(3) Такер Карлсон: Вы бы присоединились к НАТО?

В. Путин: Если бы он сказал да, начался бы процесс сближения и в конечном итоге это могло бы состояться. <...> Ну, нет, так нет. <...>

Такер Карлсон: Я чувствую, что вы испытываете горечь по этому поводу. Но почему Запад вас тогда вас так оттолкнул? Почему не удалось улучшить отношения?

В. Путин: <...> Нет, это не горечь. Это просто констатация факта. *Мы же не жених и невеста.* <...> *Просто мы поняли, что нас там не ждут* [Kremlin.ru, 09.02.2024, [www](#)].

В отрывке интервью (3) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность выполняет уточняющую и регулятивную функции и передается с помощью метафоры.

Дипломаты, взаимодействующие с представителями других стран, дискурсивно создают картину межнациональных отношений, соответствующую их целям в данной политической реальности. Например,

(4) А. Бербок: *Если я пообещала людям страны, что мы будем с ними столько, сколько им будет нужно, я хочу сдержать это обещание.* Неважно, что думают мои немецкие избиратели, я хочу сдержать обещание [Россия-1, 02.09.2022, www].

Глава МИД Германии (4) прибегает к акцентированной манипулятивной положительной демонстративности, выраженной лексическим повтором, фразеологизмом с положительной коннотацией (сдержать обещание) и эпифорой (я хочу сдержать обещание) с целью подчеркнуть непреклонность решения Германии продолжать военную помочь стране.

В медийно-дипломатическом дискурсе проблема демонстративности связана с концептами «сила» и «власть», которые получают необходимые оттенки смысла в зависимости от политической обстановки и выражаются лексическими демонстративами.

Демонстративная тональность в медийно-дипломатическом дискурсе направлена на установление контактов, расширение, поддержание связей и укрепление дипломатических отношений. Например,

(5) В. Путин: *На самом деле, я вас уверяю, мне очень близки, я без преувеличения говорю, у нас сложились дружеские отношения с лидером Китая, с господином Си Цзиньпином. И я вижу, какого уровня ... это мирового уровня политик* [Kremlin.ru, 27.10.2022, www].

На Пленарной сессии XVI ежегодного заседания клуба «Валдай» президент говорит о своих дружеских отношениях с лидером Китая (5) посредством акцентированной манипулятивной положительной коммуникативной демонстративности, которая реализуется эмфатическими вводными словами (на самом деле) и предложениями (я вас уверяю, я без преувеличения говорю), гиперболой (мне очень близки дружеские отношения с лидером Китая) и гиперболическим эпитетом (это мирового уровня политик) с целью выражения уважения и признания его достоинств.

Дипломатия помогает предотвращать конфликты и разрешать споры мирным путем. Демонстративная тональность, используемая во время переговоров, способствует урегулированию разногласий и утверждению мирных отношений участвующих сторон. Например,

(6) А. Бербок: Африканские коллеги предложили вернуть депортированных детей в качестве первой меры укрепления доверия. *И мне хотелось бы от всего сердца поддержать их предложение. Мне хотелось бы призвать всех нас объединить силы с международными организациями и управлениями власти* [Россия-1, 24.07.2023, www].

Для того, чтобы склонить на свою сторону реципиентов, говорящая (6) употребляет акцентированную манипулятивную положительную демонстративность, актуализирующую лексическим повтором, анафорой, гиперболой (от всего сердца поддержать их предложение, призвать всех нас) и экспрессивным фразеологизмом (от всего сердца).

Дипломат может использовать демонстративную тональность для выражения своей позиции по определенному вопросу, проблеме или оценке событий и действий международных партнеров. Например,

(7) С. Лавров: *Я вам даже больше скажу. <...> Я много слышал интересных высказываний от прекрасной половины тружениц на внешнеполитическом фронте, но такое слышу впервые* [Rutube. ТАСС, 1.03.2024, www].

В данном высказывании (7) министр иностранных дел РФ указывает на абсурдность заявления итальянского политика с помощью акцентированной манипулятивной отрицательной демонстративной тональности, которая выражается водными предложениями, включающими эвфемизм-эпитет (интересные высказывания), эвфемизм-метонимию (прекрасная половина тружениц) и гиперболу (но такое слышу впервые).

(8) Во время трансляции выступления главы МИД на конференции ООН ряд западных *делегаций* *устроили бойкот и покинули зал*. Об

этом сообщает агентство «Франс Пресс». «Дипломаты демонстративно покинули зал в начале речи представителя, которая была записана заранее», – говорится в сообщении. Как отмечает агентство, когда началась трансляция, дипломаты «большого количества» стран поспешили выйти из зала. При этом *за пределами зала демарш приветствовали аплодисментами* [Россия-1, 01.03.2022, www].

В примере (8) дипломаты разных стран использовали акцентированную манипулятивную отрицательную демонстративность, реализуемую демонстративными действиями (покинули зал, приветствовали аплодисментами), чтобы выразить своё неодобрение.

Целью применения демонстративной тональности в медийно-дипломатическом дискурсе является также поддержание положительного имиджа и репутации государства, которое официальное лицо представляет. Например,

(9) В. Путин: *Откровенно говоря, я не знал, как мы это сделаем, но я был готов исполнять* (Минские договоренности – примеч. наше И.Т.) <...>. *Но я был уверен абсолютно, и я сейчас вам скажу: я искренне считал, что если все-таки удастся уговорить тех людей <...> возвратиться в рамки государственности, то постепенно, постепенно раны заживут* [Kremlin.ru, 09.02.2024, www].

Данное высказывание президента (9) оформлено средствами акцентированной манипулятивной положительной демонстративности: вводными конструкциями, содержащими гиперболу (я был уверен абсолютно) и эпитетами (я искренне считал), показывающими реципиентам стремление реализовать положения Минского протокола.

Таким образом, в медийно-дипломатическом дискурсе выделяются несколько видов демонстративной тональности, выполняющие специфические функции в речевых жанрах интервью, диалога, выступления, заявления, а также обещания, поддержки, комментария и призыва:

1. акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, выраженная я- и мы- модальностью, эпифорой, анафорой, лексическим повтором, эмфазой, вводными гиперболическими конструкциями, экспрессивными фразеологизмами, гиперболическими эпитетами и положительными фразеологизмами, синтаксическим параллелизмом, речевыми стратегиями обещания, заверения, волеизъявления, которая реализует констатирующую, имиджевую, персуазивную и контактоустанавливающую функции;
2. акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность, основанная на метафоре, эвфемизмах-метонимии и эвфемизмах-эпитетах, демонстративных действиях, речевой стратегии сомнения и оценки с регулятивной и экспрессивной функциями.

2.3.14. Акцентированная коммуникативная демонстративность в религиозном дискурсе

Религия – это особенное миропонимание, поведение человека, включающее набор ритуальных действий, основанных на вере в существование высшей силы [Бобырева, 2023, с.156]. Вера направляет духовные поиски людей, обеспечивает выбор и фиксацию ценностей жизни и правил поведения.

Религия не теряет своей актуальности в современном обществе. В связи с тем, что для цифрового и высокотехнологичного социума характерен высокий уровень агрессии, религия выступает источником саморегуляции [Кондакова, Мишина, 2018, с. 94].

Демонстративная тональность в речи священнослужителей, обращенной к верующим, призвана удовлетворять духовные потребности, а также обозначать людям нравственные нормы и ориентиры.

Религиозный дискурс – это коммуникативное образование, направленное на передачу, сопровождение и сохранение религиозных постулатов посредством специальных комплексов лингвистических и экстралингвистических средств.

Демонстративная тональность в религиозном дискурсе принимает акцентированную нарративную, манипулятивную, положительную и отрицательную формы и их сочетания.

Демонстративная тональность помогает священнику обозначить для прихожан общую для всех миссию и духовные ценности, для того чтобы показать направление совместных устремлений. Например,

(1) *Мы хотим остановить движение Антихриста. Мы хотим остановить воцарение над миром окончательного зла* [Наказывает ли Бог детей за грехи родителей? 2022, www].

Данное высказывание (1) построено на употреблении акцентированной манипулятивной положительной коммуникативной демонстративности, актуализируемой мы-модальностью, гиперболической метафорой и синтаксическим параллелизмом (Мы хотим остановить ...), имеющей целью сплотить аудиторию на основе духовных убеждений.

Демонстративная тональность в речи священника направлена на разъяснение основных догматов вероучения, управление размышлениеми прихожан и выражение оценки их поступков. Например,

(2) *Я прошу прощения (закрывает лицо руками). Я сейчас скажу одну штуку. Это просто (глаза закрыты, руки подняты вверх, потрясает кистями рук) Прошу прощения, что скажу.* Бабуленька одна сильно плакала. Говорит: «Батюшка, как мне, умирая, сына простить?» <...> Насилие есть грех. Это крайняя форма унижения родителей [Отвечают ли дети за грехи своих родителей? 2015, www].

В примере (2) представлена акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность, которая передается

вербальными единицами, включающими синтаксический параллелизм, лексический повтор (прошу прощения) и невербальными – демонстративными действиями отвержения (закрывает лицо руками; глаза закрыты, руки подняты вверх, потрясает кистями рук), выбираемыми иерем для осуждения поступка молодого человека по отношению к его матери и заявления о своем полном несогласии с ним.

В коммуникативном поведении прихожан демонстративная тональность передает их готовность быть активными участниками религиозной общины. Коммуникативные демонстративы необходимы им для обозначения своего духовного статуса, установления и поддержания взаимоотношений в приходской общине.

Демонстративная тональность представляет говорящего как человека, стремящегося к нравственному росту и развитию, помогает получить духовное руководство. Например,

(3) Отец Александр:

Отрицаешься ли Сатаны? И всех дел его? И всех ангел его? И всего служения его? И всяя гордыни его?

Ева: *Отрицаюсь. <...>*

Отец Александр: Сочетаваеши ли ся Христу?

Ева: *Сочетаваюся* [х/ф «Поп», 2009, www].

В примере (3) говорящая использует акцентированную нарративную отрицательную демонстративность, актуализируемую отрицательным глаголом 1 лица единственного числа с пометой *церковн., возвыши*. (Отрицаюсь), подтверждающую ее отказ от служения злу. Во втором высказывании Евы акцентированная нарративная положительная демонстративность реализуется положительным глаголом 1 лица единственного числа с пометой *церковн., возвыши*. (Сочетаваюся) и подчеркивает ее приверженность учению Христа.

(4) Прихожанин: Отец Александр, я *виноват*. Но и она до того меня разозлит, что *я ее убить готов*!

Отец Александр: Это, конечно, грех [Там же].

Высказывание (4) построено на использовании акцентированной нарративной отрицательной демонстративности, выраженной назывным предложением с негативным глаголом 1 лица единственного числа и фразеологизмом с отрицательной коннотацией (убить готов), употребляемой с целью получить оценку своим мыслям и наставления от священника.

Подводя итог, отметим, что в религиозном дискурсе присутствует акцентированная нарративная и манипулятивная демонстративная тональность в речевых жанрах пасторской беседы, проповеди, беседы на религиозную тему, исповеди и клятвы.

В речи священнослужителя функционируют такие типы демонстративной тональности, как:

1) акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность, актуализируемая лексическим повтором, средствами эмоционального синтаксиса, односоставными предложениями, демонстративными действиями отвержения, речевыми стратегиями осуждения и информирования, выполняющая оценочную, персуазивную и информационную функции;

2) акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, передаваемая гиперболическими тропами, мышью-модальностью, синтаксическим параллелизмом, речевой стратегией призыва к действию, осуществляющая кооперативную и регулирующую функции.

В коммуникативном поведении прихожанина присутствуют следующие типы демонстративной тональности:

1) акцентированная нарративная положительная демонстративность, реализуемая назывными предложениями и положительными глаголами 1

лица единственного числа с пометой *церковн., возвыш.*, речевой стратегией обещания в функции самопрезентации;

2) акцентированная нарративная отрицательная демонстративность, выражаемая негативными фразеологизмами и глаголами 1 лица единственного числа с пометой *церковн.*, *возвыш.*, речевой стратегией покаяния, выполняющая информативную, коммуникативную и констатирующую функции.

Таким образом, в рассмотренных дискурсах можно выделить консолидированные функциональные типы коммуникативной демонстративности: эмоциональную, рациональную и эмоционально-рациональную, которые закреплены за определенными дискурсами.

Построим модель демонстративной тональности на основе эмпирических обобщений. Рис. 10:



Рис. 10. Модель демонстративной тональности

Выводы по второй главе

Акцентированная коммуникативная демонстративность – это способ предъявления адресату ментальных конструкций по коммуникативным каналам с целью воздействия и самопрезентации, имеющий лингвосемиотический характер.

Акцентированная демонстративность функционирует в разных типах дискурса и транслируется через специфические для каждого из них единицы реализации.

Акцентированная нарративная положительная демонстративная тональность реализуется в высказываниях через *речевую стратегию* самопохвалы преимущественно с помощью таких *лексико-фразеологических средств*, как гиперболические эпитеты, клишированные конструкции с обобщающим значением, лексические единицы-наименования титулов и наград, абстрактные существительные с положительной коннотацией, гипербола, я-модальность, усилительные наречия, определительное местоимение «весь». *Синтаксическими единицами* выражения являются односоставные и назывные предложения. Акцентированная нарративная положительная демонстративная тональность актуализирует *функцию* позитивной саморефлексии.

Акцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность актуализируется *речевой стратегией* самопорицания с помощью следующих *лексико-фразеологических средств*: я-модальность, пейоративные гиперболические тропы (метафора, антитеза, эпитеты), абстрактные существительные, фразеологизмы и клишированные фразы-констативы с негативной коннотацией, обсценные лексемы с пометой *презрит.*, глаголы с отрицательной коннотацией с пометой *возвыш.* *Синтаксические средства* состоят в использовании восклицательных предложений-обращений, синтаксического параллелизма и

последовательности риторических вопросов. Акцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность выполняет *функцию* негативной аффективной саморефлексии.

Акцентированная демонстративная тональность выражается в *речевых стратегиях* самовозвеличивания, самоодобрения и преувеличения. *Лексико-фразеологическими единицами реализации* являются я- и мы-модальность, мелиоративные гиперболические тропы-акцентуаторы (эпитеты, сравнения, метафора, смысловая антитеза) и наречия, положительные эпитеты, эмоционально - окрашенные фразеологизмы с положительным компонентом, двойная недооценка, глаголы с гиперболической семантикой, риторический вопрос. *Синтаксические средства* актуализации составляют вводные гиперболические конструкции, предложения с однородными членами, последовательность простых предложений и синтаксический параллелизм. Данная разновидность выполняет следующие *функции*: в персональном дискурсе – имиджевую, аттрактивную и констатирующую; в научном дискурсе – имиджевую, персуазивную, аттрактивную; в спортивном дискурсе – контактоустанавливающую, поддерживающую, обучающую; в административном дискурсе – имиджевую и регулятивную; в медицинском дискурсе - контактоустанавливающую, поддерживающую, самопрезентации; в юридическом дискурсе – смягчения категоричности высказывания, регулятивную, гармонизирующую; в деловом дискурсе – персуазивную и имиджевую; в педагогическом дискурсе – самопрезентации и воздействующую; в массово-информационном дискурсе – рекреативную и самопрезентации; в рекламном дискурсе – оценочную, персуазивную и эстетическую; в военном дискурсе – мотивирующую и инспиративную; в медийно-дипломатическом дискурсе – имиджевую, персуазивную; в религиозном дискурсе – регулятивную и консолидирующую; в политическом дискурсе – самопрезентации. *Неязыковые способы выражения* включают

эмоциональную жестику, демонстративную просодию, демонстративные предметы и демонстративные действия (суппорттивные, кооперации, консоляции).

Акцентированная демонстративная тональность находит отражение в *речевых стратегиях* саможаления, эпатажа, юродства, шутовства, самоумаления, самобичевания, обвинения, угрозы и запугивания. *Лексико-фразеологическими* тональными средствами являются я- и мы-модальность, метафорическая литота, синекдоха с негативной коннотацией, возрастающая негативная градация, интенсифицирующие частицы, парадокс с отрицательным коннотативным значением, антитеза, пейоративные гиперболические тропы (сравнение, эпитеты), лексический повтор, клишированные фразы и фразеологизмы с отрицательной коннотацией. В *синтаксисе* демонстративы включают восклицательные и императивные предложения, синтаксический параллелизм. *Функции данной разновидности:* в персональном дискурсе – компенсирующая; в спортивном дискурсе – корректирующая; в административном дискурсе – имиджевая и регулятивная; в медицинском дискурсе – экспрессивная; в юридическом дискурсе – усиление категоричности высказывания, побуждение, оценочная, психологическое давление; в педагогическом дискурсе – протестная, самопрезентация и воздействующая; в массово-информационном дискурсе – осуждающая, дискредитации, воздействующая, эмотивная; в рекламном дискурсе – воздействующая и эмотивная; в военном дискурсе – оценочная, регулятивная, самопрезентация; в медийно-дипломатическом дискурсе – экспрессивная, оценочная, регулятивная; в религиозном дискурсе – персуазивная, оценочная, информативная, констатирующая. *Неязыковые способы выражения* включают демонстративные действия (парадоксальные, провокационные, тревожные, агрессивные, устрашения, запугивания,

оппозитивы, экрекуционные), демонстративную просодию и демонстративные предметы.

Демонстративная тональность реализуется в коммуникации полимодальными способами. Все разнообразие средств выражения коммуникативной демонстративности сводится к трем группам: 1) языковые средства (лексические, синтаксические, фразеологические), 2) неязыковые средства (демонстративное действие, просодия, образ, объект, идея, изображение) и 3) смешанные (сочетание языковых и неязыковых единиц, лингвистический гештальт).

Во всех рассмотренных нами дискурсах преобладает акцентированная манипулятивная положительная и отрицательная демонстративная тональность, направленные на координацию, регуляцию и согласование взаимодействия участников коммуникации. Акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность отсутствует в научном, деловом и политическом дискурсах, так как в них общение предполагает равноправное партнерство для достижения совместной цели.

Акцентированная нарративная положительная и отрицательная демонстративная тональность представлена только в персональном, юридическом, религиозном и спортивном дискурсах, где она используется для саморефлексии с целью самооценки, самокоррекции и планирования дальнейших действий. Особенностью нарративной коммуникативной демонстративности является ее выражение исключительно языковыми средствами.

Разработанная модель демонстративной тональности включает следующие компоненты: 1) *адресант*, 2) *адресат*, 3) *средства выражения* (жанр, (не)языковой демонстратив, демонстратив смешанного типа), 3) *способ самопрезентации* (эмоционально-рациональная демонстративность в административном, военном, деловом, дипломатическом, медицинском,

педагогическом, политическом, спортивном дискурсах; эмоциональная демонстративность в персональном, массово-информационном, рекламном, религиозном дискурсах; рациональная демонстративность в научном и юридическом дискурсах) 4) *функции* (воздействия и убеждения), 5) *ответная реакция*.

ГЛАВА 3. КОММУНИКАТИВНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ НЕАКЦЕНТИРОВАННОЙ ДЕМОНСТРАТИВНОСТИ

Любые высказывания личности о себе основываются на ее психологических потребностях, которые она стремится удовлетворить доступными ей способами. Однако не всегда возможно заявить о них прямо и открыто без того, чтобы не получить осуждение общества. Вследствие этого, говорящий в большинстве случаев отдает предпочтение неявным механизмам автопрезентации. Данная глава посвящена средствам реализации неакцентированной демонстративной тональности.

3.1. Лексико-фразеологические средства выражения неакцентированной демонстративности

В ходе общения с другими людьми у человека всегда возникает множество причин для того, чтобы контролировать производимое на них впечатление [Федорова, 2007, с. 8].

Коммуникативное поведение человека определяется среди прочих психологическими потребностями, которые побуждают его действовать исходя из собственных нужд и проблем [Ситаров, Романюк, 2016, с. 125-126].

Согласно А. Маслоу, потребности в принятии, уважении своей личности, престижности, компетентности и самовыражении, выстроенные в иерархию по приоритетности, показывают то, как человек подает себя окружающим [Демиденко, 2009, с. 207].

П.В. Симонов объединяет психологические потребности человека в три группы: жизненные, социальные и идеальные, в каждой из которых присутствуют потребности связанные с самопродвижением и удовлетворением интересов окружающих [Китова, Гараганов, 2016, с. 104].

Г. Мюррей описывает наличие 24 психологических потребностей в структуре личности, формирующих ее индивидуальность и характер общения с другими людьми. Исследователь разделяет их на явные и скрытые [Cherry, 2023]. Эгоистические потребности проявляются в речи человека непрямым способом посредством неакцентированной манипулятивной демонстративной тональности.

Неакцентированная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего образа, его значимого качества и связанной с ним доминирующей эмоции имплицитными языковыми и неязыковыми средствами, требующими интерпретации реципиентом.

Потребность в самореализации отражается в коммуникативном поведении в ожидании признания, при ссылке на мнение авторитетных личностей о своих достижениях, оценке ими преодоленных трудностей на пути к успеху. Например,

(1) *И Катаев сказал: «Молодец, это хорошо для самого высокорейтингового журнала. Пиши дальше!»* Так, с его благословения, я стала журналисткой [RuTube, 2021, www].

В примере из речи известной писательницы и общественного деятеля (1), в которой она рассказывает о начале своей работы в журналистике неакцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность присутствует в речевой стратегии авторитетного мнения и выражается гиперболой (это хорошо для самого высокорейтингового журнала) и существительным с положительной коннотацией (молодец), выполняя персузивную и имиджевую функции.

(2) *Это очень странная история. Какая-то осень и делегация японских журналистов едет на Выставку достижений народного хозяйства. И нас привели в коровник. Рассказывают про коров-рекордисток. Я до сих пор не знаю.* Какой-то щелчок в сознании: виньетка ложной сути. Думаю: откуда

такая фраза взялась? Потом осталось только выйти, сесть в автобус и допридумать все остальное. «Напрасные слова». *Когда романс услышал Давид Тухманов, он сказал: «У тебя получился какой-то шедевр!»* [Лариса Рубальская. Линия жизни, 2019, www].

В высказывании (2) неакцентированная положительная манипулятивность обнаруживается в речевых стратегиях отстранения (Я до сих пор не знаю. Какой-то щелчок в сознании) и ссылки на авторитет (Давид Тухманов сказал). Данная тональность реализуется гиперболой (какой-то шедевр), гиперболическим эпитетом (очень странная история), смысловой гиперболической антитезой (в коровнике создан шедевр) и актуализирует автопрезентирующую функцию.

(3) Тут недавно мы с Аросьевой вспоминали, как это было. Я стою на балконе. Я перепутал принцессу с артисткой. Подо мной сломался балкон. Я почти свалился в оркестр. В первом и втором ряду почти ничего не было слышно. *И меня, конечно, в этот театр не взяли. Я даже просился электриком. Не взяли.* Потом через 10 лет, *говорят, я там удачно сыграл графа. Такие вот вещи.* Это первый выход на сцену [Валентин Гафт. Линия жизни, 2017, www].

В отрывке речи (3) неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность передается речевой стратегией отсылки к общепризнанному мнению, выражается безличным глаголом (говорят), фразеологизмом с пометой *разг. экспресс.* (Такие вот вещи), смысловой гиперболической антитезой (не приняли в театр даже электриком – через 10 лет сыграл графа), реализует функцию самопрезентации.

(4) *Ну, такова работа: я знаком со всеми востребованными знаменитыми людьми страны* [Семен Альтов. Линия жизни, 2018, www].

Утверждение (4) иллюстрирует пример неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности, актуализируемой с помощью стратегии отстранения и передаваемой гиперболой и позитивным

гиперболическим эпитетом. Коммуникативная демонстративность здесь реализует аттрактивную функцию.

Потребность в доминировании над собеседником актуализируется в непрямом преувеличении собственной значимости путем скрытой критики средствами неакцентированной манипулятивной демонстративной тональности. Например,

(5) Вайолет: А вы уверены, что это рожистое воспаление?

Слуга: Это диагноз миссис Кроули.

Вайолет (миссис Кроули): Хорошо иметь познания в медицине.

Миссис Кроули: Они не мешают. <...>

Вайолет: Это аллергия на пыльцу. Если вы будете работать в перчатках в саду, все пройдет через неделю. *Не подумайте, что мы не ценим ваш энтузиазм, миссис Кроули, но иногда лучшие все же обращаются к профессионалам* [х/ф «Аббатство Даунтон», 2010, www].

Графиня Вайолет (5) стремится подчеркнуть свое недосягаемо высокое положение по сравнению с медсестрой Изабэль Кроули, женщиной среднего класса. Вайолет косвенно утверждает, что на самом деле именно ее диагноз точный, так как у нее университетское образование. Вайолет обесценивает знания собеседницы бесконфликтным способом через неакцентированную манипулятивную положительную демонстративную тональность. Данная тональность содержится в речевых стратегиях намека и совета, актуализируется существительным с положительной коннотацией (профессионал), глаголом в сослагательном наклонении и актуализирует функцию самопрезентации.

По мнению Х. Мюррея, отталкивание собеседника также является **потребностью в обозначении личных границ**, необходимых для поддержания постоянства имиджа [Hill, 1987]. Например,

(6) Вайолет: Что ж, ваша вера в лучшее меня изумляет. Я никогда не обладала таким энтузиазмом.

Миссис Кроули: Я буду считать это комплиментом.

Вайолет: *Видимо, я не так выразилась* [х/ф «Аббатство Даунтон», 2010, www].

В примере (6) графиня Вайолет указывает миссис Кроули на ее грубые манеры и подчеркивает свою утонченность средствами неакцентированной манипулятивной отрицательной демонстративности, реализуемой в речевых стратегиях дистанцирования и самоумаления. Демонстративность выражается недооценкой, эвфемизмом (энтузиазм = вульгарность) и имеет функцию самопрезентации.

С.Б. Каверин среди высших психологических потребностей человека отмечает **желание иметь репутацию уникальной личности** [Каверин, 1987]. Например,

(7) Элиза: Зачем вы сделали из меня герцогиню, если я вас не интересую?

Хиггинс: Так ведь это же моя работа.

Элиза: Вы даже не подумали, сколько беспокойства причиняете мне этим.

Хиггинс: *Мир никогда бы не был сотворен, если бы творец его боялся кого-нибудь обеспокоить.* Творить жизнь – значит причинять беспокойство [Б. Шоу. Пигмалион, 1912, www].

Профessor Хиггинс (7) высоко оценивает свои знания и научную работу и сравнивает себя с Богом. Он использует неакцентированную манипулятивную отрицательную демонстративность, актуализирующую гиперболической метафорой (творец мира), безличным глаголом (не был сотворен), гиперболой. Демонстративность оформляет речевая стратегия негативного преувеличения. Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность реализует функцию самовозвеличивания.

Имплицитная потребность в лидерстве манифестирует в речи в стремлении указывать на свою эрудированность с целью вызвать восхищение у ближайшего окружения. Например,

(8) Егерь Кузьмич: Ну, я действительно знатно отстроился: веранду в классическом восточном стиле поставил и площадку для наблюдений и любования за Луной выстроил.

Генерал: *Кузьмич, эти веранды строили еще в конце периода Хэйан с развитием нового стиля в архитектуре под названием Синден-дзукури.*

Лева: Как как?

Генерал: *Синден-дзукури. Что было обусловлено интересом к миру чувств человека.*

Егерь Кузьмич: Не знаю как у них, а у меня за Луной наблюдать очень душевно [х/ф «Особенности национальной рыбалки», 1998, www].

Генерал Иволгин (8) осознав, что простой егерь достаточно осведомлен, чтобы рассуждать о классическом восточном стиле в архитектуре, чувствует угрозу своему авторитету. В сложившейся ситуации, он обращается к неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности, выраженной цитированием фрагмента научного текста, содержащего большое количество терминов, чтобы показать собеседнику свою всестороннюю образованность. Указанная тональная разновидность присутствует в речевой стратегии комментария и реализует имиджевую функцию, принуждая адресата признать превосходство говорящего.

Потребность в престиже проявляется в привлечении к себе внимания путем впечатления реципиента собственными успехами или личностными качествами [Фурманов, 1998; Вайнштейн, 2009]. Например,

(9) В общем, я поступил в Щукинское училище. <...> *У нас был очень хороший курс: Наташа Гундарева, Юра Богатырев, Володя Тихонов, Наташа Варлей. Многих из нас пригласили несколько московских театров. <...> Это очень счастливая судьба для актера негероической*

внешности. Понимаете? <...> Потом я стал преподавать в студии Олега Павловича Табакова, которая стала впоследствии знаменитой «Табакеркой» [Константин Райкин. Линия жизни, 2016, www].

В примере (9) неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность актуализируется в речевой стратегии положительного отзыва и кооперации с объектом похвалы, реализуется мымодальностью, позитивными гиперболическими эпитетами (очень хороший курс, очень счастливая судьба, знаменитая «Табакерка»), уменьшительно-ласкательной формой имени знаменитых актеров, к которым говорящий чувствует сопричастность, безличными предложениями. Коммуникант прямо не называет свои достижения, реципиент самостоятельно делает выводы на основе анализа сказанного. Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность выполняет функцию самопрезентации.

Обобщая сказанное, отметим, что неакцентированная манипулятивная демонстративность в коммуникации большинства людей актуализирует следующие эгоистические потребности: в самореализации, доминировании, уникальности, лидерстве, престиже и поддержании постоянства имиджа, которые человек ежедневно реализует через общение с окружающими.

Неакцентированная манипулятивная демонстративная тональность употребляется говорящими на протяжении жизни в разные возрастные отрезки. Рассмотрим средства реализации данной тональной разновидности в периоды молодого (25-44 года), зрелого (45-60 лет) и пожилого возраста (60 лет и далее). Границы возрастов мы определяем согласно классификации ВОЗ [Аргументы и факты, 2023, www].

В молодости люди начинают принимать ответственность за регуляцию своего внутреннего состояния и личностное развитие. Они стремятся к глубокому духовному росту и самовыражению, пытаясь проявить свою индивидуальность. Важным становится осознание ценностей, поиск смысла жизни и самостоятельное формирование моральных и эстетических

убеждений. Этот период характеризуется как время устойчивой социализации, когда личность приобретает стабильные черты и укрепляет свой характер [Тисленкова, 2004]. Молодежь овладевает различными социальными ролями, включая гражданские, семейные и профессиональные [Баксанский, Скоробогатова, 2020, с. 78-83].

На этом жизненном этапе люди стремятся к самореализации. Неакцентированная манипулятивная демонстративность используется для озвучивания личных убеждений, чувств и установок, знаний и самооценки. Например,

(10) <...> такой большой город мне всё мечтался, как Неаполь, в нем все дворцы, шум, гром, жизнь... Да мало ли что мечталось! <...>

– Это всё философия, – заметила Аделаида, – вы философ и нас приехали поучать.

– Вы, может, и правы, – улыбнулся князь, – я действительно, *пожалуй*, философ, и кто знает, может, и в самом деле мысль имею поучать Это может быть; право, может быть [Ф.М. Достоевский. Идиот, 1868, www].

В примере (10) князь Мышкин использует неакцентированную манипулятивную положительную демонстративную тональность, реализуемую в речевой стратегии самоодобрения посредством литоты, вводных слов и сочетаний, выражающих возможность, интенсифицирующих сказанное, а также лексического повтора (Это может быть; право, может быть). Демонстративность выполняет имиджевую функцию.

(11) – Ситникovy нам необходимы. Мне, пойми ты это, мне нужны подобные олухи. *Не богам же, в самом деле, горшки обжигать!..*

«Эге, ге!.. – подумал про себя Аркадий, и тут только открылась ему на миг вся бездонная пропасть базаровского самолюбия.

– Мы, стало быть, с тобой боги? то есть – ты бог, а олух уж не я ли?» [И.С. Тургенев. Отцы и дети, 1862, www].

Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность в высказывании Е. Базарова (11) выражена деформированной пословицей не в своем прямом значении, вводным словом-интенсификатором (в самом деле) и гиперболой. Говорящий даёт себе самую высокую оценку, косвенно сравнивает себя с Богом. Демонстративность выявляется в речевой стратегии и актуализирует функцию самооценки.

(12) Человек никогда не может быть достаточно осторожным в выборе своих врагов. *У меня нет среди них ни одного дурака. Все они – люди с известными умственными достоинствами, и потому все они меня ценят* [О. Уайльд. Портрет Дориана Грея, 1891, www].

Лорд Генри опосредованно характеризует себя (12) средствами неакцентированной демонстративности, реализуемой речевыми стратегиями похвалы и ссылки на чужое мнение, и выражаемой обобщающим местоимением «все» и синтаксическим параллелизмом. Демонстративность в описанном примере реализует имиджевую функцию.

Неакцентированная манипулятивная демонстративность помогает молодым людям получить понимание, положительную оценку со стороны окружающих, стать принятыми и признанными благодаря неявному предъявлению своих качеств. Например,

(13) – Граф, разрешите мне приступить к моим обязанностям чичероне и показать вам образчик квартиры холостяка. <...> Альбер, прежде всего, повел его в свою студию; как читатель помнит, это была его любимая комната.

Монте-Кристо был достойный ценитель всего того, что в ней собрал Альбер: старинные лари, японский фарфор, восточные ткани, венецианское стекло, оружие всех стран; все это было ему знакомо, и он с первого же взгляда определял век, страну и происхождение вещи. Морсер думал, что ему придется давать объяснения, а вышло так, что он сам, под руководством

графа, проходил курс археологии, минералогии и естественной истории [А. Дюма. Граф Монте-Кристо, 1846, www].

В примере (13) Граф прямо не называет свои положительные качества, не хвалит себя за имеющиеся у него знания. Вместо этого он пользуется неакцентированной манипулятивной положительной демонстративностью, выраженной демонстративным действием устного изложения вопроса (он определял век, страну и происхождение вещи, давал пояснения по археологии, минералогии и естественной истории). Демонстративная тональность несет здесь автопрезентирующую функцию.

(14) – *Строгий моралист найдет мою откровенность неуместною.* <...> Впрочем, *ты, конечно, будешь вправе осудить меня.* <...> Словом, эта... эта девушка, про которую ты, вероятно, уже слышал

– Фенечка? – развязно спросил Аркадий.<...>
– Ну, да ... она теперь живет у меня [И.С. Тургенев. Отцы и дети, 1862, www].

В беседе с сыном (14) Николай Петрович Кирсанов говорит о себе с неодобрением при помощи неакцентированной манипулятивной отрицательной демонстративности, передаваемой в речевых стратегиях дистанцирования и самобичевания негативной сентенцией и усилительной частицей «конечно». Коммуникативная демонстративность актуализирует оценочную функцию.

Неакцентированная манипулятивная демонстративность отражает стремление говорящего к уважению, которое также является важными аспектом психологических потребностей в молодом возрасте. Например,

(15) – Великолепный изумруд! – сказал Шато-Рено. – Такого крупного я никогда не видал, хотя у моей матери есть недурные фамильные драгоценности.

– У меня их было три таких, – пояснил Монте-Кристо, – один я подарил падишаху, который украсил им свою саблю; второй – его святейшеству

папе, который велел вставить его в свою тиару, против почти равноценного ему, но все же не такого красивого изумруда, подаренного его предшественнику Пию Седьмому императором Наполеоном; третий я оставил себе и велел выдолбить. Это наполовину обесценило его, но так было удобнее для того употребления, которое я хотел из него сделать.

Все с изумлением смотрели на Монте-Кристо; он говорил так просто, что ясно было: его слова либо чистая правда, либо бред безумца; однако изумруд, который он все еще держал в руках, заставлял придерживаться первого из этих предположений [А. Дюма. Граф Монте Кристо, 1846, www].

Неакцентированная демонстративность в речи графа (15), выражена сравнением, при помощи которого адресаты самостоятельно формулируют вывод о богатстве и влиятельности говорящего, который может дарить подарки самому Папе Римскому по ценности, превосходящие подаренные императором Франции.

Зрелость (45-60 лет) – есть время полного включения индивида во все виды социальной активности общества. На начальной стадии складывается собственная семья и строится собственный образ жизни: вступление в брак, рождение первого ребёнка, установление круга знакомств, связанных с общей работой. На работе осваиваются профессиональные роли, продолжается профессиональная подготовка и начинается совершенствование мастерства. После этого наступают годы «пик», или оптимума для интеллектуальных достижений, консолидации социальных и профессиональных ролей по роду службы, накопления сравнительно постоянных материальных средств и социальных связей, лидерства в различных видах деятельности и старшинства по возрасту среди многих сотрудников и знакомых, лёгкого упадка некоторых физических и умственных функций, проявляющегося при максимальной деятельности. Поздняя зрелость имеет своими главными чертами продолжение установления специальных (по роду занятий) и социальных ролей с

доминированием некоторых из них и ослаблением других, уход детей из семьи и изменение в связи с этим образа жизни. Предпенсионный период характеризуется как годы максимума для наиболее общих социальных достижений – положения в обществе, власти и авторитета, частичной освобождённости от занятий и отбора наиболее интересных для личности общественных дел [Тисленкова, 2004; Марова, 2018].

Неакцентированная манипулятивная демонстративная тональность помогает личности зрелого возраста обозначить ее ведущие психологические потребности. В данном возрасте многие люди характеризуются стремлением к стабилизации своего образа и представления о себе, что оказывает влияние на социальное восприятие их личности [Реан, 2015, с. 478].

На основе акмеологического подхода человек после 45 лет достигает высшего уровня мастерства в своей профессии благодаря полученному опыту. Для него становится важным получать подтверждение своей профессиональной ценности и значимости в данной сфере. Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность маркирует указанное стремление в речи. Например,

(16) *По словам различных ученых и Академии, принес я знатную славу науке и Отечеству* [х/ф «Михайло Ломоносов», 1986, www].

В примере (16) неакцентированная демонстративность отмечается в речевой стратегии ссылки на авторитетное мнение, выражается гиперболой, инверсией и положительным эпитетом, выполняя функцию самопрезентации.

(17) Мы с коллегой вдвоем набирали курс. Я сидела на прослушивании абитуриентов, <...> *также как Ольга Михайловна Яковлева сидела вместе с Эфросом* <...>. Мне приятно, что те люди, которые не прошли у коллеги, потом все равно стали артистами [Евгения Добровольская. Линия жизни, 2023, www].

В примере (17) неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность реализуется распространенным гиперболическим

сравнением с включением в него прецедентных имен (как *Ольга Михайловна Яковлева сидела вместе с Эфросом*), которые используются говорящей для имплицитного приравнивания себя к уровню упоминаемых знаменитостей.

Коммуниканты среднего возраста в общении с другими проявляют желание соответствовать самым высоким стандартам, быть совершенными, иметь максимальный успех во всём. Например,

(18) *Иегуди Менухин поднимает тост и говорит: «Я хочу, Вадим, за вас выпить <...>. Давайте выпьем сегодня за лучшего Брамса XX века*. И, может быть, это отчасти, вот, как-то я сейчас думаю, что может, не совсем скромно, но это факт: *ему понравилось, как я играл на скрипке* [Вадим Репин. Линия жизни, 2021, www].

В представленном фрагменте высказывания (18) неакцентированная демонстративность актуализируется в речевой стратегии дистанцирования (ему понравилось) цитированием авторитетного мнения, гиперболой (лучший Брамс XX века), смысловой гиперболической антитезой и недооценкой (может быть, это отчасти, вот, как-то я сейчас думаю, что может, не совсем скромно).

Неакцентированная коммуникативная демонстративность передает потребности личности в принятии себя и своего прошлого.

(19) «Я тебя создам», – говорил мне Олег Николаевич, как Мольер в спектакле «Кабала святош». Но для меня это было, конечно, нечто большее, когда *такой Бог, мэтр, реформатор театра становится на колено, берет тебя за руку и говорит*: «Я тебя создам. Ты будешь великой». Для меня, конечно, это было все [Евгения Добровольская. Линия жизни, 2021, www].

Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность в примере (19) передается через речевые стратегии цитирования и дистанцирования (берет тебя за руку), выражаясь гиперболой.

Самопринятие и позитивная оценка пройденного пути своего становления средствами скрытой коммуникативной демонстративности в

среднем возрасте является важной ступенью в познании себя, способствует эмоциональному благополучию и личностному росту. Зрелые люди могут испытывать жалость к себе или разочарование по поводу нереализованных устремлений. Однако переоценка приложенных усилий позволяет освободиться от негативных эмоций и начать смотреть на свою жизнь более оптимистично.

Неакцентированная манипулятивная демонстративность оформляет желание показывать собственный ум и эрудицию через личностные сентенции:

(20) Вайолет: *Надежда – это обманка, которая мешает нам воспринимать реальность.*

Миссис Кроули: О, вы говорите так, чтобы показаться умной.

Вайолет: *Я знаю. Вам тоже стоит попробовать* [х/ф «Аббатство Даунтон», 2010, www].

В зрелом возрасте человек много сил отдает развитию отношений между членами семьи. Для него оказывается значимой самореализация через деятельность детей. Успехи детей приносят родителям общественное признание и уважение, повышают их статус в обществе и подтверждают их успешность как наставников и воспитателей, что также представляется частью самоактуализации. В своих детях они видят продолжение себя, своих ценностей и убеждений, что является важным подтверждением верности их собственного пути в глазах окружающих [Куликов, 2000].

(21) – Он бескорыстный, честный человек, – заметил Аркадий.

– Именно бескорыстный. А я, Аркадий Николаич, не только боготворю его, я горжусь им, и *все мое честолюбие состоит в том, чтобы со временем в его биографии стояли следующие слова: «Сын простого штаб-лекаря, который, однако, рано умел разгадать его и ничего не жалел для его воспитания»* – Голос старика перервался [И.С. Тургенев. Отцы и дети, 1862, www].

Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность в этих словах отца (21) реализуется посредством речевой стратегии дистанцирования (в его биографии стояли следующие слова), передается гиперболической антитезой (простой штаб-лекарь ничего не жалел для его воспитания), показывающие его глубокое чувство гордости за свой родительский труд.

Помимо указанных выше потребностей зрелого возраста, выделяют также стремление показывать достижение личностью высокого социального статуса и независимости, приобретение положения в обществе [Шмагина, 2017].

(22) – Аристократия дала свободу Англии и поддерживает ее.

– Слыхали мы эту песню много раз, – возразил Базаров, – но что вы хотите этим доказать?

– Я *эфти* хочу доказать, милостивый государь (Павел Петрович, когда сердился, с намерением говорил: «эфти» и «эфто» <...> *В этой причуде сказывался остаток преданий Александровского времени. Тогдашние тузы, в редких случаях, когда говорили на родном языке, употребляли одни – эфто, другие – эхто: мы, мол, коренные русаки, и в то же время мы вельможи, которым позволяется пренебрегать школьными правилами*), я *эфти* хочу доказать, что без чувства собственного достоинства, без уважения к самому себе, – а в аристократе эти чувства развиты, – нет никакого прочного основания общественному ... *bien public*, общественному зданию [И.С. Тургенев. Отцы и дети, 1862, www].

(23) Что ж, мы задаем себе вопрос ... оглядываясь назад: была ли клиника «На вершине скалы» подходящим местом для лечения человека, имевшего склонность бросаться с большой высоты в водяную могилу? [х/ф Пёс, который умер, 1988, www].

В примерах (22), (23) неакцентированная коммуникативная демонстративность актуализируется эрративами (эфто, эфти),

французскими словами, абстрактными словами (свобода, достоинство, уважение), мы-модальностью в значении «я», присущими речи высших классов, которые указывают на утонченность, образованность говорящих, их принадлежность к элите, создавая дистанцию между собой и адресатом.

Старший возраст (от 60 лет) характеризуется увеличивающейся потребностью в общении, обострением чувства родства и привязанностей к близким людям, адаптацией к новым условиям жизни без рутинных и трудозатратных занятий [Ананьев, 2001, с. 111].

Разум большинства старых людей более основательно ориентирован в жизни и носит несколько иной оттенок, чем в молодости. Его основные черты – жизненная мудрость, базирующаяся на опыте, умеренность, рассудочность, осторожность, более бесстрастный взгляд на события и проблемы. В начале этого периода большинство людей достигает вершины профессиональной и общественной карьеры, в их руках сосредоточены функции управления в самых разнообразных сферах общественной жизни, в управлении структурах государства (директора предприятий, ректоры вузов, научные руководители, министры, депутаты, губернаторы и т.д.) [Толстых, 1988, с.180].

Для человека данного возраста оказывается очень трудным, порой мучительным, переход от состояния максимальной активности, присущей предыдущему периоду, к ее постепенному свертыванию, ограничению в связи с тем, что подтачивается здоровье, меньше становится сил, возникает объективная необходимость уступить место новым поколениям при субъективном нежелании, внутреннем сопротивлении это делать, так как в настоящее время человек в 60 лет субъективно не ощущает себя старым [Тисленкова, 2004].

В третьем возрасте часто имеют место искажения личности под влиянием заболеваний или как результат невозможности осуществлять

привычную деятельность, ранее наполнявшую жизнь смыслом и приносившую удовлетворенность.

Тематическое содержание речи в данный период составляют саморазвитие, творчество, передача опыта будущим поколениям, собственное участие в общественной жизни, поддержание здоровья, увлечения, семейные отношения, переоценка совершенных ошибок и пересмотр жизненного пути, критика негативных аспектов жизни [Илларионова, 2022, с. 82].

На психологическом уровне в третьем возрасте происходят изменения в самопознании, самооценке и отношении к окружающим, которые личность означивает в речи при помощи скрытой манипулятивной демонстративности.

Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность передает потребность коммуниканта старшего поколения сохранить высокий уровень самоуважения, ощущать полезность и значимость своего труда. Например,

(24) Фильму, например, 38 лет. Страшно подумать, но именно в 1971 году был снят этот фильм. *Очень часто сейчас подходят ко мне офицеры, военные, пожилые уже и говорят: «Василий Семенович, спасибо тебе. После этой картины я пошел в офицеры»* [Памяти Василия Ланового. Линия жизни, 2021, www].

(25) Я получаю письмо от одного пенсионера, который пишет: *«В 70 лет я открыл для себя ваши программы на «Орфее» <...> и тут я понял, что моя жизнь была совершенно не такой. <...> Я открыл для себя вас. И знаете, чем я сейчас занимаюсь? Я перевожу сонеты Шекспира заново»*. И он прислал мне книжку своих переводов. Вы представляете? В 70 лет? [RuTube, 2023, www].

Высказывания (24), (25) построены на употреблении неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности, проявляющейся в речевой стратегии дистанцирования и выражющейся

цитированием чужого мнения, содержащим гиперболу и этикетное междометие благодарности. Указанные тональные единицы помогают говорящим поддерживать хорошую самооценку, уверенность в себе, а также сохранять связь с обществом, что важно для их психологического благополучия.

Потребность в позитивном внимании со стороны окружающих, дает возможность человеку жить реальными эмоциями и следовать собственным ценностям. Например,

(26) И мне попался отрывок «Выезд Наташи на бал». 1948-й год. Не повторял ни разу после этого: *«Наташа танцевала превосходно. Ножки ее в бальных атласных башмачках быстро, легко и независимо от нее делали свое дело, а лицо ее сияло восторгом счаствия. И едва Князь Андрей обнял этот тонкий, подвижный, трепещущий стан, и она зашевелилась так близко от него и улыбнулась так близко от него. Вино ее прелести ударило ему в голову: он почувствовал себя ожившим и помолодевшим»*. Сорок восьмого года! [Памяти Василия Ланового. Линия жизни, 2021, [www](#)].

В примере (26) говорящий делает акцент на том, что он обладает высокоразвитыми актерскими способностями с помощью неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности, актуализируемой цитированием отрывка текста произведения Л. Толстого «Война и мир».

(27) Такие большие украшения называются стэйтмэнтс. Стэйтмэнтс значит «обращающие на себя внимание». *И я их люблю. <...> Вы рассказываете о том, что вы современная, что вы следите за модой, что вы не боитесь меняться, что вы не боитесь экспериментировать, что вы не боитесь привлекать к себе взгляды* [Как стать моделью 50+, 2021, [www](#)].

Неакцентированная демонстративность в речи инстаграм блогера реализуется употреблением местоимения «вы» в значении «я», положительным эпитетом и синтаксическим параллелизмом. Так 74-летняя женщина косвенно указывает адресату на свои достоинства.

Коммуниканты третьего возраста стремятся принимать активное участие в жизни семьи через заботу о внуках. Благодаря этому они чувствуют себя нужными, полезными и любимыми, получают ощущение наполненности жизни.

(28) Эдит: Но, бабушка, разве это прилично, что Роуз привела этого человека?

Вайолет: О, моя дорогая, мы, сельские жители, должны осознавать свою провинциальность. Постарайся хоть немного пообтесаться, пока будешь в Лондоне [х/ф «Аббатство Даунтон», 2010, www].

Графиня Вайолет (28) помогает своей внучке понять, как правильно относиться к тому, что их родственница юная Леди Роуз МакКлер пришла на званый ужин с Джеком Россом, чернокожим джазовым певцом и оказывает ему неподобающие знаки внимания. Бабушка строит свое высказывание с помощью неакцентированной манипулятивной отрицательной демонстративности, передаваемой литотой и иронией, которая призвана завуалировать прямое неодобрение поступка Роуз и отмежевание от ее взглядов. Демонстративность выполняет здесь оценочную функцию.

Неакцентированная манипулятивная демонстративная тональность отражает необходимость человека старшего поколения в сохранении целостности его личности, что проявляется в проговаривании значимых эпизодов его жизни и получении отзыва от реципиента. Например,

(29) Мы зашли во Дворец культуры гуляючи. Мы наткнулись на афишу «Друзья из Питтсбурга» <...> и посмотрели спектакль. И, что называется по Гоголю: «и погиб казак, пропал для всего казацкого рыцарства». Мы оба попросили нас туда записать, и именно там Сергей Львович Штейн мой первый учитель был [Памяти Василия Ланового. Линия жизни, 2021, www].

В примере (29) говорящий рассказывает о поворотном моменте его судьбы, которая привела его впоследствии в театр. Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность показывает чувство

радости от пришедшего осознания своего предназначения и выражается в речевой стратегии отождествления развернутым метафорическим сравнением-цитатой.

(30) Когда он выбирал на роль Распутина, *там были великие наши актеры-претенденты: Папанов, Ульянов, Марков Леонид, Евгений Лебедев и еще там несколько. Ну, великие имена. И ему что-то угораздило вот пригласить меня* [Алексей Петренко. Линия жизни, 2017, [www](#)].

В данном утверждении (30) неакцентированная манипулятивная демонстративность реализуется стратегией отождествления с прославленными актерами и передается антитезой (великие имена – я), лексическим повтором, просторечием и усилительными частицами (вот, что-то), выполняя функцию самоподачи.

(31) *И по Ленинграду ходили слухи, что Товстоногов нашел какую-то гениальную девочку из ПТУ, которая играет у него в спектакле* [Встречи на Моховой. Светлана Крючкова, 2008, [www](#)].

В примере (31) актриса, рассказывая о том, как ей удалось сыграть студентку, будучи уже в зрелом возрасте, прибегает к неакцентированной демонстративности, актуализируемой речевой стратегией отстранения (какая-то девочка), безличной конструкцией (ходили слухи, что) и положительным гиперболическим эпитетом (гениальная девочка), чтобы добиться признания ее таланта от адресата.

(32) Мы подготовили сказки Маршака и пришли в Филармонию, чтобы нам дали на ёлках выступать и концерты поиграть. И вот такая комната, сидел этот директор Филармонии, а мы на полу играли и говорили: «Тётя, тётя кошка, <...> пожалей нас, кошка, накорми немножко». *И этот мужик заплакал, вызвал администратора и говорит: «Дайте им концерты, дайте, чтоб по три, по четыре концерта в день было, чтоб они поели!»* [Встречи на Моховой. Ольга Аросева, 2010, [www](#)].

В отрывке речи (32) говорящая описывает свой удачный актерский дебют средствами неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности, которая выражается цитированием авторитетного мнения о себе (оценка исполнения роли директором Филармонии), гиперболой и синтаксическим параллелизмом.

Неакцентированная манипулятивная демонстративность означает потребность говорящего третьего возраста жить, руководствуясь собственными устоявшимися стандартами:

(33) Миссис Кроули: Это ненормально все воспринимать с такой ревностью и эгоизмом.

Вайолет: *Если бы у нас были только высокоморальные мысли, что бы стали делать бедные церковники?* [х/ф «Аббатство Даунтон», 2010, www].

Неакцентированная демонстративность утверждения пожилой графини реализуется риторическим вопросом, помогающим говорящей компенсировать критику и показать уверенность в себе.

Представим полученные результаты в виде сводных Таблиц 4-6.

Таблица 4.

Коммуникативные средства выражения неакцентированной демонстративной тональности в высказываниях говорящих периода молодости

Молодость (22-44 года)		
Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность		
средства выражения	речевые стратегии	функции
лексико-фразеологические	<ul style="list-style-type: none"> самоодобрение похвала ссылка на чужое мнение 	<ul style="list-style-type: none"> самооценка самопрезентация
<ul style="list-style-type: none"> вводные слова вводные словосочетания деформированные 		

<p>пословицы</p> <ul style="list-style-type: none"> • обобщающее местоимение «все» • гипербола • лексический повтор • литота • сравнение <p><i>синтаксические</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • синтаксический параллелизм 		
<p>Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность</p>		
средства выражения	речевые стратегии	функции
<ul style="list-style-type: none"> • негативные сентенции • усилительные частицы 	<ul style="list-style-type: none"> • дистанцирование • самобичевание 	<ul style="list-style-type: none"> • оценка

Таблица 5.

Коммуникативные средства выражения неакцентированной демонстративной тональности в высказываниях говорящих периода зрелости

Зрелый возраст (45-60 лет)		
<p>Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность</p>		
средства выражения	речевые стратегии	функции
<p><i>лексико-фразеологические</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • эрративы • французские слова • абстрактные слова • мы-модальность • гипербола 	<ul style="list-style-type: none"> • цитирование авторитетного мнения • дистанцирование 	<ul style="list-style-type: none"> • самопрезентация

<ul style="list-style-type: none"> инверсия положительные эпитеты распространенное гиперболическое сравнение смысловая гиперболическая антитеза недооценка 		
---	--	--

Таблица 6.

Коммуникативные средства выражения неакцентированной демонстративной тональности в высказываниях говорящих периода старости

Старший возраст (от 60 лет)		
Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность		
средства выражения	речевые стратегии	функции
<p style="text-align: center;">лексико-фразеологические</p> <ul style="list-style-type: none"> просторечия усилительные частицы этикетные междометия благодарности местоимение «вы» в значении «я» положительные эпитеты гипербола риторический вопрос развернутое метафорическое сравнение-цитата антитеза 	<ul style="list-style-type: none"> отождествление отстранение дистанцирование цитирование чужого мнения 	<ul style="list-style-type: none"> самопрезентация оценка

<ul style="list-style-type: none"> • лексический повтор • положительные гиперболические эпитеты • демонстративное действие цитирование <p>синтаксические</p> <ul style="list-style-type: none"> • синтаксический параллелизм • безличные конструкции 		
Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность		
средства выражения	речевые стратегии	функции
• литота	• ирония	• оценка

Проведенный анализ показал, что неакцентированная демонстративность функционирует в повседневном взаимодействии главным образом в манипулятивной форме, так как она удовлетворяет личные интересы, обеспечивает поддержку, внимание, позволяет создать и сохранить свой позитивный имидж.

В молодом возрасте говорящие используют положительную и отрицательную разновидности неакцентированной манипулятивной демонстративности, поскольку находятся в поиске себя и имеют недостаточный уровень эмоциональной саморегуляции.

В среднем возрасте коммуниканты избегают употребления манипулятивной отрицательной демонстративной тональности в связи с тем, что стремятся показать себя состоявшимися, успешными людьми, полностью соответствующими социальному идеалу.

В старшем возрасте присутствуют обе разновидности неакцентированной манипулятивной демонстративности. Положительная демонстративность призвана защитить идентичность говорящего, в то время как отрицательная используется, чтобы оказывать помочь другим.

3.2. Стилистические способы выражения неакцентированной демонстративности

Межличностное взаимодействие является сложным многоуровневым явлением, в котором сочетаются прямое значение и непрямое, требующее интерпретации [Карасик, 2019, с. 113; Волохова, 2023].

К.А. Долинин полагает, что содержание произносимого редко ограничивается буквальным смыслом входящих в него слов. Как правило, в речевом произведении заключается скрытый посыл, дополнительная информация о его авторе или коммуникативной ситуации в целом. Исследователь отмечает, что имплицитные сведения можно обнаружить практически в каждом утверждении [Долинин, 1985, с. 38].

Любое отклонение от нейтрального, общепринятого выражения мысли рассматривается как экспрессивность, сигнализирующая о наличии подтекста [Пушкарева, 2007, с. 117; Катермина, 2016].

Подтекст, имплицитный смысл высказывания, реализуется в виде подразумеваемой идеи в сознании адресата, образующейся благодаря влиянию созданного говорящим контекста [Арнольд, 1982, с. 84-85; Бахтин, 1995; Талецкая, 2023, с. 149].

Импликация актуализируется в отрезке устной речи, границы которого определяются ситуацией интеракции с учетом биографии говорящего, культурного уровня и времени [Виноградов, 1963; Закарян, 2024]. Она состоит в поиске смысла не путем перекодирования, а путем интерпретации [Демьянков, 2006]. Таким образом, интерпретации подлежит важный для адресата неочевидный посыл.

Интерпретация подтекста, когнитивный процесс детекции содержания понятия, требует переключения с анализа горизонтального контекста на осмысление вертикального контекста, что связано со свойством сознания

устанавливать соответствия между вербальными единицами сообщаемого с имеющимся личным опытом [Можейко, 2002, с. 317; Голякова, 2006, с. 94].

Выделяют последовательность в понимании подтекста: 1) определение значения произносимого и 2) установление ассоциативных связей [Богин, 1986].

Демонстративная тональность предоставляет вербальные и невербальные сигналы, запускающие деятельность по дешифровке адресатом подтекста.

Неакцентированная манипулятивная коммуникативная демонстративность основывается на подтексте, выполняя функцию концептуализации идентичности.

Подтекст – это отклонение от узальной нормы, заставляющее адресата искать скрытый смысл [Зарецкая, 2010]. По мнению Л.А. Голяковой, имплицитная информация может актуализироваться на любом языковом уровне [Голякова, 2006]. Основными единицами реализации неакцентированной манипулятивной демонстративности являются тропы, которые образуют механизмы косвенного представления личности. Рассмотрим их подробнее [Розенталь, 1974; Москвин, 2000; Солганик, 2002; Лосев, 2005].

Метафора. Говорящий может моделировать свой образ с помощью неакцентированной манипулятивной демонстративности, выраженной метафорой. Метафора является интерпретируемой моделью, призванной более точно характеризовать личность адресанта через набор ассоциаций, формируемых у адресата.

Метафора передает отношение человека к себе, вербализованное единицами личностного тезауруса. Метафора, образующая неакцентированную демонстративность, всегда оригинальна, не клиширована и индивидуальна, в связи с чем, она производит сильное впечатление на реципиента. Например,

(1) *Свиридов говорил: «Я смотрю на тебя: ты так воспаленно говоришь эти монологи. Тексты Толстого не дают тебе право выйти на этот уровень. А я вижу твою воспаленность, твою влюбленность. За Русь как ты страдаешь, через себя пропускаешь все».* «Я», говорит, «влюбляюсь в твоего царя, и мне это самое дорогое и самое важное в тебе». Это слова Свиридова, не мои [Александр Михайлов. Линия жизни, 2017, www].

В примере (1) неакцентированная демонстративность передается метафорическим кластером, включающим описание как ярких образных действий (воспаленно говоришь, через себя пропускаешь все), так и состояния души говорящего (воспаленность, влюбленность), направленным на то, чтобы у адресата сложилось представление о том, что адресант отдает всего себя профессии и является талантливым актером, что признают выдающиеся деятели искусства.

Эпитеты. Эпитет рассматривается как ведущий способ представления окружающим субъективной оценки своих индивидуальных качеств. Эпитет как дескриптивная фраза описывает человека, формируя его выразительную и эмоциональную психологическую характеристику [Марченко, 2013].

Эпитеты служат способом образной передачи внутреннего мира коммуниканта через фрагмент его идиолекта. Они основываются на метафоре и метонимии [Губанов, 2018]. Например,

(2) *И в Париже после моего спектакля писали: «этот мраморный лоб ... эта лебединая шея ... эта русская красота» Тогда все столпились возле автобуса посмотреть и говорили: «Валька, покажи, где это у тебя все?»* [Валентина Талызина. Линия жизни, 2020, www].

В представленном отрезке речи (2) говорящая употребляет неакцентированную манипулятивную положительную демонстративность, реализующуюся метафорическими и метонимическими эпитетами, которая позволяет ей рассказать о том, что она считает себя внешне привлекательной актрисой.

Метонимия. Метонимия представляет собой троп, который является механизмом непрямой репрезентации социально-личностной позиции и вербализации Я-концепции продуцента речи [Голев, 2007]. Метонимия в демонстративной тональности используется коммуникантами как для представления их личностной и социальной идентичности, определенного значимого качества, так и для противопоставления себя другим. Она способствует тому, чтобы обращать внимание реципиента на выгодные для говорящего индивидуальные черты. Метонимия формирует у адресата восприятие адресанта в требуемом свете.

(3) Я сидела хмурая, потому что *единственное у меня в мозжечке было*: завтра съемка [Людмила Хитяева. Линия жизни, 2024, www].

В примере (3) говорящая описывает случай из своей актерской карьеры, когда у нее, несмотря на все прилагаемые ею усилия, не получалось достоверно передать чувства ее героини. Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выражается метонимией, показывает целеустремленность и самоотдачу актрисы и выполняет аттрактивную функцию.

Синекдоха. Синекдоха – это троп, который заключается в использовании части вместо целого или частного вместо общего. В составе коммуникативной демонстративности синекдоха отражает восприятие говорящим себя в образной форме.

(4) И начались, конечно, репетиции, когда Дарья причитает над убитым Петром, своим мужем. <...> Как причитать? Я понятия не имела, что это такое. Началась репетиция. Я в своем еще костюме. *Режиссер говорит: «Нет, нет, это все, конечно, еще город, город. Это мне не надо, голубушка.* <...> От тебя французскими духами пахнет, а надо, чтоб молоком или хлебом печеным от печи. Вот такая ты должна быть [Там же].

В данном фрагменте высказывания (4) актриса повествует о том, как ей пришлось играть роль деревенской женщины, скорбящей по своему убитому

мужу. Она обращается к неакцентированной манипулятивной отрицательной демонстративности, актуализируемой синекдохой, чтобы оценить свои первые неудачные попытки войти в сложную для нее роль. Вместе с этим, она подчеркивает свою утонченность и интеллигентность.

Гипербола. Гипербола, как стилистическая единица реализации неакцентированной манипулятивной демонстративности, является способом эмоциональной самопрезентации через создание яркого образа, повышение привлекательности и усиление индивидуальных отличий личности. Она реализует имиджевую функцию [Нерознак, 1996]:

(5) *Мой отец говорил: «Мою дочурку будет весь мир знать. И еще через нее в историю попаду»* [Встречи на Моховой. Людмила Гурченко, 2010, www].

(6) *Не было ни одного режиссера, который бы не говорил: «Я не мыслю ни одной картины без вашего участия»* [Там же].

(7) Певец: Обожаю тебя!

Артист: Но меня обожает вся страна! [RuTube, 2024, www]

(8) «Вы знаете, Равикович, я был единственным, кто рекомендовал вас к зачислению. <...> Вы показали себя настолько законченным идиотом, что в этом что-то есть: уморить всю комиссию практически насмерть» [Анатолий Равикович. Линия жизни, 2012, www].

В указанных примерах (5-8) неакцентированная манипулятивная демонстративность показывает адресату, что говорящие уверены в личных способностях, имеют выдающиеся заслуги и профессионально востребованы.

Олицетворение. Коммуникативная демонстративность может реализовываться олицетворением, которое продуцент речи употребляет для того, чтобы подчеркнуть уникальность событий жизненного пути, оригинальность, превосходство над окружающими:

(9) И он сказал: «Вот вы написали стихотворение «Светлана» и оно очень понравилось товарищу Сталину. Для меня это было большое

поощрение. *Слух пошел по всей Руси Великой*, что я получил квартиру, потому что написал стихи, посвященные дочери Сталина [Сергей Михалков. Линия жизни, 2013, [www](#)].

Олицетворение в структуре демонстративной тональности (9) образовано прецедентным текстом, цитатой из стихотворения А.С. Пушкина «Я памятник себе воздвиг нерукотворный», которой писатель акцентирует внимание на своем успехе.

(10) В этой картине нас было четверо, кто играл роль девушек, влюбившихся в солдат вражеской армии. Многие, кто плохо отзыается о моей героине, просто не смотрели фильм. <...> *Герой Саши Балуева говорит: «Они настоящие, они наши. Никакая грязь к ним не липнет»* [Встречи на Моховой. Вера Глаголева, 2024, [www](#)].

В примере (10) неакцентированная демонстративность реализуется олицетворением-прецедентным текстом Н.А. Некрасова «Мороз, красный нос» о женщинах в русских селеньях: «Идут они той же дорогой, Какой весь народ наш идет, Но грязь обстановки убогой, К ним словно не липнет». Говорящая косвенно утверждает, что, несмотря на то, что она создала на экране неоднозначный и нетипичный образ женщины периода Великой Отечественной войны, она сделала это на высоком уровне.

Аллегория. Суть аллегории в демонстративной тональности состоит в том, что этот вид иносказания является образным разъяснением определенной идеи [Лосев, 1990]. К демонстративности, актуализированной аллегорией, коммуниканты обращаются с целью побуждения реципиента к размышлению над скрытым посыпом предъявляемой информации о себе и придания высказыванию выразительности и эмоциональной насыщенности:

(11) В пятилетнем возрасте я стал задумывать о том, где мои корни. Вы не можете себе представить, что это такое, когда через 60 лет возвращаешься к истокам <...>. Двадцать лет назад мой дом <...> сгорел. *Остался фундамент и там стоит дерево. Наверное, это дерево кто-то из моих*

прапредков посадил <...> и оно пробито по всему стволу молнией. И с этого дерева я сорвал кустик, и буквально вчера он весь расцвел. Вот какие-то такие вещи происходят, и я понимаю, что они не случайны. <...> А это высохшее дерево <...> но корни-то есть [Александр Михайлов. Линия жизни, 2017, www].

Через образ старого дерева, разбитого молнией, но сохранившего жизнеспособность (11), говорящий указывает адресату на наличие у него положительных личностных качеств: жизнестойкости и оптимизма.

(12) Садовский спрашивает, о чем речь. Режиссер ему отвечает: «Она с ума сошла. Она хочет играть эту роль». *Садовский говорит: «Hy, падать, так с большого коня»* [Татьяна Панкова. Линия жизни, 2017, www].

В примере (12) коммуникант использует образ всадника, чтобы адресат понял, что она в совсем молодом возрасте смогла добиться значительных успехов в профессии.

Языковая игра. Языковая игра – люднический способ самоподачи, который может реализовываться единицами всех уровней языка: фонетическими (модификацией произношения слова, рифмой, сходством звуков, звукоподражанием), лексическими (тропическими средствами, неологизмами) и синтаксическими (парцелляцией, параллелизмом, риторическим вопросом) [Чурилина, 2011; Основные тенденции развития поэтического языка XX-XXI вв., 2015; Книга, 2019, с. 92]. Как средство актуализации неакцентированной демонстративности, языковая игра призвана символически выразить личность коммуниканта, заставить адресата увидеть его самобытность:

(13) Я, совсем юная актриса, играла основную роль, возрастную. Я играла жену Стаханова. *Рыбаков, автор произведения, сказал: «Обратите внимание там на молодую актрису. Такую русопяную, с русским лицом. Она очень, очень подходит»* [Людмила Хитяева. Линия жизни, 2015, www]. Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность во

фрагменте речи (13) передается языковой компрессией (руспятая = русская аж до пяток), которая показывает, что говорящая гордится своей внешностью настоящей русской красавицы.

(14) *Жизнь меня влачила, и я за жизнью влачился*. Она всегда мне подкидывала интересный случай [Анатолий Равикович. Линия жизни, 2017, www].

Демонстративная тональность выражается в речи коммуниканта (14) употреблением разных значений глагола «влачить». Смысл сказанного трактуется следующим образом: жизнь увлекала меня за собой по своему сценарию, а я, прилагая значительные усилия, следовал за ней. Демонстративность отражает такое личностное качество говорящего, как трудолюбие.

(15) Я родился *со звездой во лбе* [Виктор Проскурин. Линия жизни, 2013, www].

В утверждении (15) неакцентированная демонстративность строится с помощью эрратива, подчеркивающего мысль о том, что говорящий обладает выдающимися способностями, делающими его выше других.

Управление имиджем основывается на самоидентификации и связано с желанием приукрасить или иным способом преобразовать в выгодном свете информацию о себе [Сколота, 2014, с. 200].

Литота. Литота в демонстративной тональности эвфемистическая фигура речи в форме мейоза, преуменьшает, сглаживает значение произносимого о себе и создаёт субъективно-оценочный, эмоционально окрашенный образ говорящего:

(16) А эпиграммы родились у нас в театре случайно, когда я там *чего-то пописывал, кого-то там поздравлял*. И Олег Ефремов сказал, что все это пропадает, пиши для капустников. И я стал писать для капустников [Валентин Гафт. Линия жизни, 2017, www].

В данном примере (16) неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность основывается на литоте, реализуемой неопределенными местоимениями (чего-то, кого-то) и приставкой неполноты действия (**описывал**), создающими у адресата впечатление о скромности автора.

Оксюморон. Оксюморон – сочетание противоположных по смыслу понятий, рисует необычный образ продуцента речи, обеспечивая повышенное внимание к оценке его личности, и имеет синергетический эффект [Кисель, Дубских, Бутова, 2019, с. 222]. Нестандартное личностное самовоплощение помогает человеку представить себя таким, каким он сам себя считает и воспринимает:

(17) И надо сказать, когда я уезжала из Москвы, уезжала я в Петербург по любви *как нормальная сумасшедшая женщина насмерть влюбившаяся* <...> А Валя Гафт держал меня за плечи и говорил: Дура, куда едешь? Это же провинция [Встречи на Моховой. Светлана Крючкова, 2020, www].

Неакцентированная манипулятивная демонстративность здесь (17) актуализируется комбинированием антонимических эпитетов (нормальная – сумасшедшая, смерть – любовь) и дает возможность говорящей охарактеризовать себя как высокоэмоционального, влюбчивого человека.

(18) *Фаина Раневская* сказала: «*Иячка, солнышко – помесь гремучей змеи с колокольчиком* [Ия Саввина. Линия жизни, 2024, www].

В примере (18) неакцентированная демонстративность раскрывает адресату ведущие черты характера коммуниканта – твердость в сочетании с нежностью и добротой.

Автопрезентация является инсценировкой личного «Я», которая трансформируется в зависимости от требований ситуации [Белинская, 2001].

Ирония. Ирония, средство выражения коммуникативной демонстративности, оформляет имидж уверенного в себе человека. К иронии

прибегают люди для демонстрации высокого социального статуса и независимости от чужого мнения [Jones, Pittman, 1982]:

(19) Роберт (на перроне вокзала): Удивительно, что ты пришла попрощаться, мама.

Вайолет: Почему *ты всегда говоришь обо мне так, будто я лосось, который откладывает яйца в гальке и снова уплывает в море?*

Внучка: Ты нежная мать, бабушка [х/ф «Аббатство Даунтон», 2010, www].

Пожилая графиня Вайолет обладает властным, насмешливым и прямолинейным характером. Ей свойственны самодраматизм и хорошее чувство юмора. Иногда Вайолет проявляет великодушие к окружающим и поступается своими принципами. В представленном диалоге (19) неакцентированная демонстративность используется говорящей, чтобы предъявить реципиентам уверенность в себе и стремление во всем и всегда быть первой.

(20) – Вы собственно физикой занимаетесь? – спросил, в свою очередь, Павел Петрович.

– Физикой, да; вообще естественными науками.

– *Говорят, германцы в последнее время сильно успели по этой части.*

– Да, немцы в этом наши учителя, – небрежно отвечал Базаров. *Слово германцы, вместо немцы, Павел Петрович употребил ради иронии*, которой, однако, никто не заметил. <...> *Он начинал чувствовать тайное раздражение. Его аристократическую натуру возмущала совершенная развязность Базарова* [И.С. Тургенев. Отцы и дети, 1862, www].

В примере (20) неакцентированная демонстративная тональность передает самовозвеличивание, высокий статус коммуниканта с целью подчеркивания неравного социального положения адресата.

Подводя итог сказанному, необходимо отметить, что неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная

тональность выражается такими стилистическими средствами, как: метафора, метафорический кластер, положительные эпитеты, гипербола, аллегория, языковая игра и оксюморон, осуществляя имиджевую функцию.

Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность строится на отрицательных эпитетах, метонимии, синекдохе, гиперbole, олицетворении, литоте и иронии, реализуя аттрактивную, самореализующую и дискредитирующую функции.

3.3. Неязыковые способы выражения неакцентированной коммуникативной демонстративности

Ежедневно люди вовлечены в активное производство и предъявление своих личностных характеристик, в том числе и невербальными средствами. Идентичность коммуниканта основывается на осуществлении им стереотипных действий. При любом общении говорящий преподносит, предъявляет, представляет свою личность, то есть демонстрирует самого себя. Реципиенты оценивают его по визуальным сигналам и в итоге формируют своё мнение, образуя набор оценок, программирующих параметры общения между ними.

Визуальная самопрезентация оформляется неакцентированной нарративной демонстративной тональностью, выражающейся семиотическими единицами и комплексами, такими как предметы интерьера, престижные вещи, одежда и украшение тела.

Коммуникативная демонстративность в интерьере.

Интерьер выступает символическим репрезентантом, фиксирующим не столько особенности культурно-исторической среды, сколько психологические черты своего владельца. Внутреннее убранство помещения зависит от особенностей личности и мировоззрения его хозяина [Слепцова, 2011, с. 43].

Пространство личности включает в себя культурно-исторический компонент, детерминированный обстановкой и духом конкретной эпохи, и психологический компонент, определяемый устойчивыми чертами и установками субъекта, оформившимися на протяжении его жизни [Нартова-Бочавер, 2005; Журавлев, Купрейченко, 2022]. Так как демонстративная тональность служит механизмом самопрезентации коммуниканта, мы акцентируем внимание на индивидуально-психологических качествах, коррелирующих с деталями интерьера.

Смыслоное поле интерьера наполнено коммуникативными демонстративами, отобранными и сгруппированными определенным образом владельцем помещения, представляющими его индивидуальность. В обстановке присутствуют свои доминанты – ценные и престижные вещи, которые описывают характер и социальное положение индивида:

(1) А потом мы с ним встретились . . . Уже после второй войны. Я слышал, что Коля сделал успехи. И вот выходит ко мне изящный генеральчик. Я бы сказал даже грациозный. *Он меня повел домой. А там – дворянское и купеческое серебро, французский хрусталь, саксонский фарфор. Все подержанное.* Под одеялом у Коли теперь было не сало. И серебро с хрусталем, впрочем, было уже пройденный этап. *Должность, авторитет, пост – вот что его тянуло к себе. Капитанская рубка, командирский мостик* [В. Дудинцев. Белые одежды, 1966, www].

В отрывке (1) начальник местного управления МГБ генерал Н. Ассикиров, выходец из бедной крестьянской семьи, всеми способами стремится пробиться в высшее общество и получить власть. Коммуникант верит в свою избранность, в право быть равным представителям военной элиты во всем. Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность проявляется в обстановке его дома, обставленного предметами роскоши, характерными для домов знати. Генерал использует

мимикрию, чтобы выразить твердое убеждение в своей привилегированности.

Каждая отдельно рассматриваемая обстановка внутри помещения рассчитана для проживания определенных людей с теми или иными привычками и жизненными принципами [Хамзина, Дорофеев, 2017, с. 258]. Демонстративная тональность в жилом пространстве, модифицированном в соответствии со свойствами индивида, отражает неповторимость духовных и индивидуальных черт человека. Неакцентированная демонстративность обнаруживает ценностные ориентиры, общую эстетическую культуру и психотип личности.

Индивид позиционирует себя в интерьере разных частей дома в зависимости от их открытости взору окружающих или особенной важности для себя [Костерина, Шуплецова, 2013].

Холл, гостиная и столовая – это комнаты, выполняющие функцию приема гостей, которые человек прежде всего приводит в соответствие с последними тенденциями моды и выражает в их обстановке положительные характеристики своей личности. Демонстративные предметы обстановки показывают обществу принадлежность коммуниканта к социальному слою, его нравственные нормы и эстетические вкусы:

(2) Но в комнате не было ничего особенного. *Мебель, вся очень старая и из желтого дерева, состояла из дивана с огромною выгнутою деревянною спинкой, круглого стола овальной формы перед диваном, туалета с зеркальцем в простенке, стульев по стенам да двух-трех грошовых картинок в желтых рамках, изображавших немецких барышень с птицами в руках, – вот и вся мебель.* В углу перед небольшим образом горела лампада. Все было очень чисто: *и мебель, и полы были оттерты под лоск; все блестело ...* [Ф. Достоевский. Преступление и наказание, 1866, www].

В примере (2) неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность прослеживается в подчеркнутом аскетизме гостиной

старухи-процентщицы, в которой преобладают символы бедности (мебель очень старая и из желтого дерева, грошовые картинки в желтых рамках), которые она подчеркивает, чтобы посетители не испытывали зависти к ее деньгам. Демонстративная тональность характеризует Аллену Ивановну как хитрую и расчетливую натуру.

В рабочем кабинете и спальне субъект размещает знаки, маркирующие его значимые приоритеты и ценности. Эти помещения скрыты от глаз посторонних. Здесь человек остается наедине со своими мыслями и украшает их демонстративными предметами, содержащими описание себя (позитивное или негативное):

(3) Лакей проводил меня в очень красивую комнату, которая была у инженера гостиной и в то же время рабочим кабинетом. *Тут было все мягко, изящно и для такого непривычного человека, как я, даже странно. Дорогие ковры, громадные кресла, бронза, картины, золотые и плюшевые рамы; на фотографиях, разбросанных по стенам, очень красивые женщины, умные, прекрасные лица, свободные позы;* из гостиной дверь ведет прямо в сад, на балкон, видна сирень, виден стол, накрытый для завтрака, много бутылок, букет из роз, *пахнет весной и дорогою сигарой, пахнет счастьем, — и все, кажется, так и хочет сказать, что вот-де пожил человек, потрудился и достиг, наконец, счастья, возможного на земле* [А.П. Чехов. *Моя жизнь*, 1896, www].

В примере (3) неакцентированная нарративная положительная демонстративность в обстановке рабочего кабинета инженера Мисаила Полознева показывает его принадлежность к высшему обществу и утонченность (все изящно и дорого).

(4) Кабинет Хигинса на Уимпол-стрит. <...> справа у стены *два высоких картотечных шкафа* <...>. Там же письменный стол, где громоздятся *фонограф, ларингоскоп, батарея тонких органовых труб с воздуходувными мехами, ряд газовых горелок под ламповыми стеклами*,

подсоединенных резиновым шлангом к газовому рожку на стене, несколько разного размера *камертонов*, муляж *человеческой головы* в *натуральную величину*, показывающий *голосовые органы в разрезе*, и коробка с запасными *восковыми валиками* для *фонографа*. <...> На стенах гравюры, в основном Пиранези, и портреты *меццо-тинто*. Картина нет [Б. Шоу. Пигмалион, 1912, [www](#)].

В кабинете профессора фонетики Хиггинса (4) неакцентированная нарративная положительная демонстративная тональность выражается в академизме обстановки (карточные шкафы, лабораторное оборудование и муляжи). Демонстративами являются также работы виртуоза художника-графика Пиранези, изображающие грандиозные архитектурные ансамбли, в которых фантазия сочетается с рационализмом классицизма и портреты *меццо-тинто*, тоновой гравюры, которые указывают на такие качества Хиггинса, как страсть к научному эксперименту, смелость мысли и большую категоричность, привычку все видеть либо черным, либо белым.

(5) Барон в сопровождении графа <...> дошел до будуара г-жи Дангар, небольшой восьмиугольной комнаты, *стены которой были обтянуты розовым атласом и задрапированы индийской кисеей*. Здесь стояли старинные золоченые кресла, обитые старинной парчой; над дверьми были нарисованы *пастушеские сцены в манере Буше*; *две прелестные пастели в форме медальона гармонировали с остальной обстановкой и придавали этой маленькой комнате, единственной во всем доме, некоторое своеобразие*; правда, ей посчастливилось не попасть в общий план, выработанный Дангаром и его архитектором, одной из самых больших знаменитостей Империи, – ее убранством занимались сама баронесса и Люсьен Дебрэ [А. Дюма. Граф Монте Кристо, 1846, [www](#)].

В описании (5) неакцентированная нарративная положительная демонстративность актуализируется в картинах, изображающих сельскую пастораль, рассказывающую о соблазнении наивной девушки коварным

обольстителем и цветочных медальонах. Выбранные госпожой Данглар коммуникативные доминанты для своей спальни говорят о ее легкомысленности, склонности избегать реальной действительности и жить иллюзиями.

Демонстративная тональность оформляет проявления содержания личности в предметах, вещах и украшении комнат.

По мнению А.К. Байбурина, вещи имеют семиотический статус и выполняют символическую функцию [Байбурин, 1981, с. 215-226].

При планировании обстановки субъект выбирает и размещает на всеобщее обозрение разнообразные символические вещи, которые показывают его в достойном свете (состоительным, талантливым и красивым). Такие коммуникативные демонстративы нуждаются в декодировании скрытого смысла или намека адресатом для составления мнения об уровне успешности адресанта.

Фотографии рассматриваются как демонстративные объекты, использующиеся для позиционирования себя в обществе [Sontag, 1977; Bourdieu, 1990].

(6) На яхте единым блоком была спроектирована императорская половина. Она включала в себя помещения для Николая II (гостиная, спальня, кабинет, ванная) и двух императриц – Александры Федоровны и Марии Федоровны. *Рабочий кабинет царя на яхте мало чем отличался от его «сухопутных» кабинетов. Та же тяжелая мебель, обтянутая сафьяном, те же электрические лампы-бра на стенах, то же множество фотографий* [И. Зимин. Двор российских императоров, 2014, www].

В примере (6) Николай II прибегает к использованию неакцентированной нарративной положительной демонстративности, реализуемой в предметах рабочего кабинета, имеющих специфические характеристики, которая указывает на приверженность царя традиционным устоям и ценностям. И. Зимин пишет о том, что на столе Николая II всегда

стояли фотографии членов семьи: «Рабочий стол был выполнен в виде буквы «Г». Над ним на вращающемся стержне крепилась лампа с абажуром, с помощью специального блока она поднималась и опускалась над столом. Весь стол плотно уставлен семейными фотографиями и различными предметами» [И. Зимин. Царская работа, 2024, www]. Демонстративная тональность говорит о том, что для царя важны крепкая семья, труд и служение Отечеству.

Сосредоточие множественности коммуникативных смыслов придает изобразительным материалам свойство симулякра реального пространства и времени жизни человека [Соболева, 2019, с. 41].

Картины и репродукции образуют системную информацию, текст, который можно прочесть. Семиотически многослойные демонстративные объекты являются источником имплицитных ассоциаций для реципиента и зашифрованным нарративом-историей для адресата или самого адресанта, заключающими в себе различные события и факты биографии автора:

(7) Альбер ввел своего гостя в гостиную. *Стены здесь были увешаны произведениями современных художников. Тут были пейзажи Дюпре: высокие камыши, стройные деревья, ревущие коровы и чудесные небеса; были арабские всадники Делакруа в длинных белых бурнусах, с блестящими поясами, с вороненым оружием; кони бешено грызлись, а люди бились железными палицами; были акварели Буланже – «Собор Парижской Богоматери», изображенный с той силой, которая равняет живописца с поэтом; были холсты Диаса, цветы которого прекраснее живых цветов и солнце ослепительнее солнца в небе; были тут и рисунки Декана, столь же яркие, как и у Сальватора Розы, но поэтичнее; были пастели Жиро и Мюллера, изображавшие детей с ангельскими головками и женщин с девственными лицами; были страницы, вырванные из восточного альбома Доза, – карандашные наброски, сделанные им в несколько секунд, верхом на верблюде или под куполом мечети, – словом, все, что современное искусство*

может дать взамен погибшего и отлетевшего искусства прошлых веков. Альбер надеялся хоть теперь чем-нибудь поразить странного чужеземца [А. Дюма. Граф Монте Кристо, 1846, www].

Реконструкция семантики визуальных демонстративов неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности в гостиной дома Морсеров (7) показывает, что граф де Морсер, в прошлом простой рыбак, имеет большие амбиции и притягивает на высокое положение в обществе, к которому не принадлежит по рождению. Собранная коллекция разножанровых картин показывает отсутствие надлежащего образования и эстетического вкуса и является набором трофеев из разных мест, где он проходил службу.

(8) Вошед в гостиную, Собакевич показал на кресла, сказавши опять: «Прошу!» Сядясь, Чичиков взглянул на стены и на висевшие на них картины. *На картинах всё были молодцы, всё греческие полководцы, гравированные во весь рост: Маврокордато в красных панталонах и мундире, с очками на носу, Миаули, Канари.* Все эти герои были с такими толстыми ляжками и неслыханными усами, что дрожь проходила по телу. Между крепкими греками, неизвестно каким образом и для чего, поместился Багратион, тощий, худенький, с маленькими знаменами и пушками внизу и в самых узеньких рамках. Потом опять следовала героиня греческая Бобелина, которой одна нога казалась больше всего тулowiща тех щеголей, которые наполняют нынешние гостиные. *Хозяин, будучи сам человек здоровый и крепкий, казалось, хотел, чтобы и комнату его украшали тоже люди крепкие и здоровые . . .* [Н. Гоголь. Мертвые души, 1835, www].

Гостиная помещика (8) рассчитана на произведение эффекта на посетителей. Собакевич через неакцентированную манипулятивную положительную демонстративность, выраженную образами героев знаменитых сражений говорит реципиентам о том, что и он обладает теми же качествами, что и они.

Организация визуальных коммуникативных демонстративов созвучна умонастроению человека. Человек окружает себя положительно оцениваемыми демонстративными объектами, помогающими ему создать психологически благоприятную атмосферу.

Статуэтки для образованных людей являются способом самопроявления. Чем более сложной и эстетичной является скульптура, представляющая определенный культурный код престижной социальной группы, тем больше смысла она передает реципиенту. В небольших скульптурах коммуниканты стремятся транслировать мысли, присущие им в настоящий момент.

Неакцентированная демонстративная тональность репрезентует внутренний мир хозяина демонстративного предмета:

(9) Федор Иванович впервые поднимался по этой лестнице. Наверху был этаж личной жизни академика. <...> На столе мягко светился зеленый фаянсовый абажур. Его поддерживали три голые фарфоровые красавицы, бегущие вокруг центральной оси – изделия датских мастеров.

– Очень дорогая была вещь, – сказал Порошков, заметив особый интерес Федора Ивановича к этой лампе. – А теперь ей вообще нет цены. Ты присмотрись – эти девы склеены. На кусочки были разбиты. Их когда-то разбила Оля. Из ревности Ох, Федя, это было, было [В. Дудинцев. Белые одежды, 1966, www].

В примере (9) склеенные разбитые фарфоровые танцовщицы несут в себе демонстративный смысл о безуспешной попытке академика сохранить любовь к себе его молодой жены.

Демонстративность престижных вещей. В любом обществе доминирует ориентация на демонстративное потребление. Т. Веблен описывает данный феномен как показное приобретение, демонстративный досуг, подчёркнутые траты с целью доказательства своей обеспеченности, потребление как способ создания высокой репутации [Веблен, 2021]:

(10) *Обед был великолепен; Монте-Кристо задался целью совершенно перевернуть все парижские привычки и утолить еще более любопытство гостей, нежели их аппетит. Им был предложен восточный пир, но такой, какими могли быть только пиры арабских волшебниц.*

Все плоды четырех стран света, какие только могли свежими и сочными попасть в европейский рог изобилия, громоздились пирамидами в китайских вазах и японских чашах. Редкостные птицы в своем блестящем оперении, исполинские рыбы, простертые на серебряных блюдах, все вина Архипелага, Малой Азии и Южной Африки в дорогих сосудах, чьи причудливые формы, казалось, делали их еще ароматнее, друг за другом, словно на пиру, какие предлагал Апиций [гастроном времен Августа и Тиберия] своим сотрапезникам, прошли перед взорами этих парижан, считавших, что обед на десять человек, конечно, может обойтись в тысячу луидоров, но только при условии, если, подобно Клеопатре, глотать жемчужины или же, подобно Лоренцо Медичи, пить расплавленное золото.

Монте-Кристо видел общее изумление; он засмеялся и стал шутить над самим собой [А. Дюма. Граф Монте Кристо, 1846, www].

В примере (10) граф использует неакцентированную манипулятивную положительную демонстративность, передаваемую семиотическим комплексом, отсылающим реципиентов к пирам древнеримских императоров и арабских халифов, которые проводились для демонстрации власти и богатства.

Демонстративное потребление, выполняющее функцию общения, можно рассматривать как набор символов, сознательно созданных посылов для их декодирования и понимания окружающими [Опарина, Цветкова, 2014].

Продукты потребления - это знаки, принадлежащие жизни определенных слоёв населения. В процессе потребления товар становится символом, сигнализирующим о социальном статусе и уровне жизни:

(11) Самохвалов (открывая дверь своей машины): Sit down, please!

Новосельцев: Это что *твоя машина*?

Самохвалов: Садись, садись, мальчишка!

Новосельцев: Ничего себе! Волга, да?

Самохвалов: В некотором роде. Садись, садись.

Новосельцев: Ты знаешь, это *малогабаритная квартира*!

[х/ф «Служебный роман», 1977, www].

В примере (11) демонстративный объект – машина «Волга» недавно вернувшегося из-за границы Самохвалова, характеризует нового заместителя директора как человека обеспеченного, привыкшего «шиковать», ни в чем себе не отказывать. Дорогой автомобиль внушает уважение сослуживцев к его хозяину.

Взаимодействие между людьми в рамках социума представляет собой символически-знаковую действительность, конструируемую сознательным или интуитивным образом, в которой коммуникант представлен его имиджем.

Демонстративное удовлетворение материальных, духовных и социальных потребностей используется индивидом с целью самопрезентации, которая носит иррациональный характер, указывая на существование разрыва между презентуемым образом человека и его реальным положением в общественной иерархии [Аранович, Пак, 2010]. Демонстративность требует наличия зрительской аудитории.

Драматургическая коммуникация в рамках демонстративного потребления направлена на стремление произвести впечатление, чтобы казаться материально обеспеченным, уважаемым.

Мобильные телефоны и планшетные компьютеры из орудия голосового общения превратились в механизм невербальной презентации личностных качеств субъекта, а среди молодежи стали передавать социально

важную информацию об их владельце. Данные устройства помогают личности заявить о себе в среде равных [Обухова, 2011, с. 119]:

(12) Симон: Дон, ты получила сообщение о репетиции?

Дон: Дааа! *Кстати, представляешь, я получила его, когда набирала сообщение СМС с планшета* [х/ф «Никки, Рикки, Дикки и Дон», 2014, www].

В высказывании (12) подросток претендует на популярность в школьном коллективе, демонстрируя наличие у него дорогого гаджета.

Неакцентированная форма демонстративности опирается на символизацию и актуализацию дополнительного смысла посредством маркированных языковых средств, коммуникативных стратегий, перформативного конструирования, использования одежды и аксессуаров, атрибутов, обозначений, косметики и украшения тела.

Одежда в демонстративной коммуникации. Невербальная коммуникация, оформленная средствами неакцентированной демонстративной тональности, является важной особенностью общения, в процессе которого индивид передает информацию о себе другим членам общества через свой внешний вид. Ключевым аспектом такого общения становится взаимосвязь социально значимых характеристик индивида с элементами его одежды.

Человек во многом оценивается окружающими на основе его внешнего вида, манере речи, просодии, жестики, мимики и кинесики. Умение преподнести себя, построить благоприятный имидж складывается исходя из общественных представлений о поведении индивида в рамках определенного статуса [Гусельникова, Горшунова, 2021, с. 56].

Одежда, неотъемлемая составляющая личности коммуниканта, подбирается в соответствии с жизненным укладом, склонностями и интересами, концепцией собственного «Я».

Несмотря на непохожесть в одежде людей, связанные с их принадлежностью к различным слоям общества, социальным группам, следованию этническим и религиозным традициям, каждый человек создает оригинальный имидж, выражая таким образом свою индивидуальность и адаптируясь к жизни в обществе [Васюра, 2023]:

(13) Был я в одной аудитории, слушал Касьяна. Он тогда еще не был Кассиан. Конечно, *вышел в сапогах, в косоворотке, глаза играют, зубы, как гармонь, – прямо тракторист*. Ну, прослушали мы весь его репертуар. Народу битком, овации. *А назавтра мне повезло, увидел его случайно на одной даче. Костюм, отрыжка прошлого – галстук. Умел, оказывается, и галстук завязать. Зубы свои спрятал.* И речь, речь! Совсем другая речь! И вдруг узнаю, что никакой он не бедняк был, отец у него был «грамотный зажиточный крестьянин», имел паровую молотилку. *Для меня, Федор Иванович, это было первое научное открытие. Я увидел, что человек сам может создавать в себе «народный тип»* [В. Дудинцев. Белые одежды, 1966, www].

В примере (13) показана ситуация, когда для успеха в научной карьере Рядно прибегает к неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности во внешнем виде. Он всячески транслирует образ академика из народа, фальшивое крестьянское происхождение, что помогает ему завоевать доверие и получить максимальную поддержку властей.

План представления себя моделирует подсознание, отвечающее за поведение в повторяющихся ситуациях [Мазикина, 2022]. Этот план опирается на непроизвольное копирование престижных характеристик авторитетной личности. Вместе с этим, когда человек выбирает свой образ действий, он только частично сознательно ориентируется на себя самого. Надевая модные дорогие вещи известных брендов или предметы гардероба, которые носят статусные люди, человек перенимает или изображает их идеи и ценности:

(14) Вдове могло быть лет за сорок <...>. Высокомерие не только портило величие ее черт, оно убивало его. Казалось, даже ее подбородок был как-то неестественно вздернут. Взгляд был холоден и жесток. Миссис Ингрэм чем-то напоминала мне миссис Рид. Она так же цедила слова сквозь зубы, в ее низком голосе слышались те же напыщенные интонации, безапелляционные и решительные. На ней было красное бархатное платье, а на голове *тюрбан из индийского шёлка, придававший ей, как она, вероятно, воображала, что-то царственное»* [Ш. Бронте. Джейн Эйр, 1847, www].

Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность в поведении миссис Ингрэм выражена демонстративным предметом – тюрбаном, который обычно носили монаршие особы. Глядя на этот головной убор, реципиенты проникались к говорящей особым уважением, так как он подчеркивал ее знатное происхождение.

(15) Клавдия Матвеевна (коллега): Надь, а что случилось?

Надя: Я у подружки ночевала и *не успела переодеться*.

Люся (коллега): А откуда у тебя эти сапоги? Я полгода за такими гоняюсь.

Надя: А *это мне принесли. Франция*.

Люся (коллега): А джинсы какие? Индийские?

Надя: Ты что с Урала?! Что, вон разве не видно? По котону и по лэйблу? <...>

Люся (коллега): Честно говоря, я не ожидала увидеть на тебе такие.

Надя: Да, у меня еще есть, которых в Советском Союзе две-три пары и *те – на дипломатах* Давно уже.

Люся (коллега): Какая ты подпольная модница. Не ожидала от тебя такого [х/ф «Самая обаятельная и привлекательная», 1985, www].

В примере (15) инженер Надя Клюева, следуя советам своей подруги Сусанны, пытается произвести впечатление на красавца-коллегу Володю Смирнова, для чего приходит на работу в модной импортной одежде,

одолженной у фарцовщика. Неакцентированная манипулятивная демонстративность выделяет её среди сослуживцев, подчеркивает индивидуальность.

Одежда, помимо утилитарной, реализует такие важные функции, как социальная, эстетическая и информационная [Троцук, Морозова, 2015].

Внешний облик человека, и, по сути, материальное воплощение его души. Одежда точно показывает основные характеристики индивида, которые принимаются во внимание окружающими при взаимодействии с ним. Это позволяет сделать вывод о том, что гардероб идентифицирует коммуникантов с социальными группами [Шкуратова, 2009, с. 33]:

(16) Хигинс, стоя рядом, у картотеки, водворяет обратно выдвинутые ящики. Сейчас, при дневном свете, видно, что это крепкий, жизнерадостный, отменного здоровья мужчина лет сорока, *в костюме, свидетельствующем о принадлежности к определенной профессии, – черный сюртук, крахмальный воротничок, черный шелковый галстук. Он один из тех энергичных людей науки, которые глубоко, даже страстно интересуются всем, что может служить предметом научного исследования, и в то же время равнодушны к себе и близним, а заодно и к их чувствам [Б. Шоу. Пигмалион, 1912, www].*

Демонстративность в одежде профессора Хиггинаса (16) прямо указывает на род его занятий, а также на то, что он является приверженцем науки.

(17) Миссис Пирс (возвращаясь). Вот эта юная особа, сэр.

Входит цветочница. Она в полном параде. На голове у нее шляпа с тремя страусовыми перьями: оранжевого, небесно-голубого и красного цвета. Ее передник почти чист, и грубошерстное пальто подверглось воздействию щетки.

Пафос этой жалкой фигурки, с ее наивным тщеславием и видом важной дамы, трогает Пикеринга, который и так уже выпрямился в кресле при появлении миссис Пирс [Там же].

В этом примере (17) бедная цветочница Элиза Дулитл средствами неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности подчеркивает, что имеет качества ничуть не хуже, чем у девушек из привилегированного сословия.

Костюм в демонстративной коммуникации. Костюм – это созданный в определенную историческую эпоху набор информационных элементов, включающих предметы одежды и обуви, головной убор, аксессуары, надеваемых на тело, прическу, макияж, который составляет единую символическую композицию, представляющую внешний облик субъекта [Петрова, 2001, с. 172].

М.И. Килошенко пишет о том, что с помощью демонстративной тональности, реализуемой через костюм, коммуникат может создать произвольный образ и использовать его для презентации своей индивидуальности и оказания влияния на других людей [Килошенко, 2001, с. 121]:

(18) На нем была шляпа с пером цапли, перетянутая в талии *куртка из зеленого линкольнского сукна, замшевые короткие штаны из оленьей кожи и обувь, называвшаяся in-hege sceo («саксонские сапоги») и крепившаяся к щиколоткам прочными ремнями*; на перевязи, украшенной стальными бляшками, висел колчан со стрелами и небольшой рог, а у пояса — охотничий нож; в руке он держал лук [А. Дюма. Робин Гуд, 1872, 1996, с. 14]

Дворянин Роберт Фитцутс, после того как был лишен титула и всего имущества, стал лесным разбойником Робином Гудом, превратившись в борца за справедливость. Для самовыражения и указания на свое знатное происхождение, Фитцутс использует неакцентированную манипулятивную положительную демонстративную тональность, выбрав себе образ зеленого человека, символизирующий возрождение.

Демонстративная тональность костюма сообщает сведения о его владельце. Например, высокое социальное положение владельца передается через дорогие ткань, аксессуары и создаваемый утонченный силуэт.

У каждой профессии есть традиционные типы костюма, такие как халат врача, свитер живописца или костюм-тройка должностного лица. Профессиональная принадлежность может выражаться и через отдельные элементы костюма – демонстративы (камилавка у академиков или священников, конфедератка у выпускников вуза, значки, шарфы).

Неакцентированная демонстративная тональность костюма участвует в регуляции межличностных отношений в том плане, что так коммуниканты посылают сигналы о дистанции взаимодействия, готовности общаться, нацеленности на доминирование или уступки, активность или пассивность. Е.А. Петрова описывает специальные знаки-регуляторы, которые мы классифицируем как демонстративные образы, служащие способом указания адресатам на условия общения, выдвигаемые адресантом:

(19) Некоторые напоминали колпаки, и даже папские тиары. И все же важнее размера и формы чепчиков оказывается манера их носить. *Надвинут ли чепчик на лоб, заломлен набекрень или лихо сдвинут на затылок – эта манера выдает повадку атомщика: вызов, дерзость, нахальство и готовность рискнуть.* Опытный взгляд отличит атомщика от врача, повара или даже программиста именно по тому, как надет чепчик [Г. Орлова, Т. Дашкова. Дресс-код советского физика ядерщика, 2024, www].

В примере (19) упоминаются головные уборы физиков-ядерщиков СССР. Неакцентированная манипулятивная положительная или отрицательная демонстративность актуализируется в фасоне и стиле ношения головного убора в лаборатории и позволяет судить о темпераменте и намерениях его владельца.

Костюм осуществляет функцию самопрезентации и идентификации, и дает возможность адаптироваться в социокультурной среде [Шилина, Кокуашвили, Самыгин, 2021].

В разных ситуациях человек играет необходимую ему роль, надевая, как актер перед спектаклем, соответствующий костюм или его акцентированную деталь:

(20) Меня ждала совсем другая участь: фургон бродячих циркачей, изнурительный труд ради куска хлеба. Мне было стыдно. *Я надел маску. И вот исчез Этьен Вердье и родился мистер Икс* [х/ф «Мистер Икс», 1958, www].

В монологе (20) демонстративный образ связан с такой деталью одежды, как черная маска, которую Вердье носит в обществе, скрывая свою идентичность. Маска приковывает к нему всеобщее внимание, заставляет окружающих строить всевозможные догадки о личности её обладателя и приписывать ему положительные качества.

(21) (мужчина в костюме животного) Это *сообщество дарит мне позитив*. Здесь все настроены друг по отношению к другу как друзья из-за общего увлечения [КЗУР].

В высказывании коммуниканта (21) неакцентированная манипулятивная коммуникативная демонстративность актуализирована с помощью демонстративного образа (ободок с ушами животного, перчатки с когтями), призванного скрыть недостаточное признание в обществе и пониженную самооценку.

Костюм, сложная символическая система, обусловленная формой, цветом, стилем и составом, является демонстративом социокультурных характеристик человека [Боева, 2011].

Стили костюма (классический, кэжуал, фэнтэзи, бизнес, спортивный, гламур, бохо, этно, гранж, романтический, преппи, минимализм, эклектика, нью-лук, бельевой, пижамный, ретро и милитари) репрезентируют

фиксированные образы, связанные с набором социальных стереотипов, посредством которых коммуникант вызывает у окружающих ответ, соответствующий его самооценке. [Антоненко, Карицкий, 2015]:

(22) *Я – теософ, эзотерик, оккультист, светский человек, шоу-мен, играющий по своим правилам* [vkvideo, 2022, www].

В примере (22) демонстративный образ 62-х летнего актера включает молодежный чёрный байкерский костюм, татуировки, металлические кольца и украшения, длинные волосы. Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность данного взаимодействия формирует имидж дерзкого самоуверенного человека и скрывает отсутствие успеха в шоу-бизнесе.

Имидж контролирует образ, воспринимаемый собеседниками [Сорокалетова, Абрамова, 2016]. Демонстративность в одежде и костюме позволяет личности заявить о своих психологических характеристиках и склонностях, показать индивидуальность, выделять себя из общей массы, наделяя оригинальностью.

Неакцентированная демонстративность, выраженная в украшении тела. Для человека демонстрация своей внешности (макияж, украшения и модификация тела, одежда) является очень важной и необходимой частью ежедневного общения.

Демонстративное украшение тела включает: бодипейнтинг – рисование по телу; бодибилдинг – гипертрофия мышц в эстетических целях; нейл-арт – украшение ногтей; татуировку – внедрение красящих веществ под кожу; пирсинг – прокалывание отверстий для ношения сережек; скарификацию – шрамирование; брэдинг – выжигание клейма, прическу и макияж. Указанные демонстративные действия служат средством поиска самоидентификации и ее подтверждения. [Романова, 2014].

Макияж. Макияж имеет семиотические характеристики, которые служат символом и социокультурным кодом определенной эпохи, и состоит

из действий и визуальных средств, нацеленных на изменение внешности коммуниканта с целью передачи информации о нем [Лабунская, 2010].

Нанесение и ношение макияжа представляет собой демонстративную активность, посредством которой коммуникант не только управляет впечатлениями реципиента о себе, но и через свой эстетизированный внешний вид изменяет собственное отношение к себе [Suler, 2004]:

(23) В этом коротком взгляде Вронский успел заметить сдержанную оживленность, которая играла в ее лице и порхала между блестящими глазами и чуть заметной улыбкой, изгибавшую *ее румяные губы*. Как будто избыток чего-то так переполнял ее существо, что мимо ее воли выражался то в блеске взгляда, то в улыбке» [Л. Толстой. Анна Каренина, 1877, www].

В примере (23) макияж помогает героине почувствовать уверенность в своей привлекательности и завоевать к себе любовь графа.

Неакцентированная манипулятивная демонстративность макияжа может выступать средством, с помощью которого человек показывает положительные личностные свойства. Субъект, применяющий макияж для имиджа, использует его в целях автопрезентации, психологической саморегуляции, маскировки несовершенства, усиления достоинств внешности и манипуляции восприятием себя окружающими [Иванов, 2021, с. 7]:

(24) Если рассмотреть фотографии Эллочки Щукиной, висящие над постелью ее мужа – инженера Эрнеста Павловича Щукина (одна – анфас, другая в профиль), – то нетрудно заметить лоб приятной высоты и выпуклости, большие влажные глаза, милейший в Московской губернии носик с легкой курносостью и *подбородок с маленьким, нарисованным тушью, пятнышком* [И. Ильф, Е. Петров. Двенадцать стульев, 1927, www].

В описании (24) неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность выражается декоративным элементом – мушкой на

подбородке, которую героиня нанесла с целью флирта. Мушка показывает Эллочку кокеткой [Ксандри Л. Язык мушек, странный флирт, 2021, www].

Получаемое одобрение адресата укрепляет ощущение создаваемой важности и ценности себя как личности. Таким путем формируется демонстративный имидж социального «Я», который может не совпадать с реальным «Я». Появление такого образа исходит из потребности быть непохожим на остальных, выдвинуть на первый план свои преимущества и достичь психологического благополучия [Рягузова, 2019, с. 80].

Неакцентированная манипулятивная демонстративность макияжа удовлетворяет потребности личности в способности действовать в соответствии со своим выбором, компетентности, стремление показать себя популярным и удачливым, компенсировать свою незначительность и недостаточную реализованность [Созонник, 2020, с. 662]:

(25) Я только сейчас как следует рассмотрел Маню: хорошен্�кое круглое личико с круглыми же кукольными глазами, *губы накрашены сердечком*, и завитые желтые локоны уложены в модную сеточку с мушками [А. Вайнер. Г. Вайнер. Эра милосердия, 1975, www].

Манька Облигация (25) с помощью неакцентированной демонстративности, передаваемой вызывающим макияжем, указывает реципиентам из уголовного мира, к которому она относится, на род своего занятия и готовность к нему.

Демонстративное украшение лица косметикой выражает стремление отметить социальную идентичность и противопоставить себя окружающим. **Татуировки.** Татуировка, единица неакцентированной демонстративности, является невербальной формой самопрезентации, содержащей бессознательный персональный смысл, и связана с созданием внешнего образа индивида, то есть конструированием имиджа [Бекетова, 2015, с. 86].

Рисунки татуировок высоко эмоциональны, носят обобщённый характер и обладают психологическим содержанием. Их символы передают

основную направленность психики субъекта, содержание которой многозначно [Макарова, Тищенко, 2021].

В предыдущие исторические эпохи татуировка использовалась в качестве отличительного знака преступников, невольников, пиратов, а также служила ритуально-магическим символом, защищавшим от темных сил, и опознавательным признаком социальной элиты [Андранинов, 2017]:

(26) Когда я вернулся с тазом, доктор уже распорол рукав капитана и обнажил его крупную мускулистую руку. *На ней в нескольких местах расположились татуировки. На предплечье были такие: «На счастье», «Попутного ветра» и «Удачи Билли Бонсу». Ближе к плечу была наколота виселица, на которой болтался человек.* Я отметил про себя, что нарисовано было весьма искусно.

— Провидческий сюжет, — сказал доктор, потрогав рисунок [Р. Стивенсон. Остров сокровищ, 1883, [www](#)].

В примере (26) татуировка висельника принадлежит пирату Билли Бонсу. Неакцентированная демонстративность рисунка отражает его принадлежность к преступному сообществу, а также служит оберегом от системы правосудия [Морские татуировки и татуировка Джека Воробья, 2015, [www](#)].

Люди разного возраста, гендера и социального статуса носят татуировки, в которых они воплощают свои убеждения [Абрамова, 2021, с. 8].

Такие базовые психологические потребности личности, как потребность в единении с группой и независимости от нее выделяют две идентичности: социальную и личную [Полторацкая, 2015]. Коммуникативная демонстративность татуировки служит реализации обеих потребностей.

Неакцентированная демонстративная тональность татуировки помогает людям лучше понимать друг друга, и на основе получаемой информации выстраивать свои отношения и принимать социальные нормы. Татуировка

сообщает реципиенту социально-демографические признаки личности, данные о степени эмоциональности и душевном состоянии [Кагарманова, 2018]. Например, существует связь между наличием татуировки на лице и агрессивностью, аффектом и протестным поведением. Татуировки на теле зачастую сигнализируют о наличии депрессии и тревоги [Борохов, 2011; Цыганкова, Цамерян, 2019].

Коммуниканты наносят на свое тело графические изображения того, что соотносится с содержанием их мировоззрения и кажется им привлекательным в смысловом плане. Демонстративная тональность татуировки способствуют самоидентификации, несет в себе скрытую информацию о значимых фактах жизни субъекта [Белова, 2022]:

(27) Он снял рубашку и свернул ее в комок. Он был весь в картинках, от синего кольца, вытатуированного вокруг шеи, и до самого пояса.

– И дальше то же самое, – сказал он, угадав мою мысль. – *Я весь как есть в картинках*. Вот поглядите. <...> на нем живого места не было <...> *На его широкой груди золотились луга, синели реки, вставали горы, тут же словно протянулся Млечный Путь – звезды, солнца, планеты* [Р. Брэдбери. Человек в картинках, 1951, www].

В примере (27) татуировки указывают смотрящим на то, что их хозяин является бродягой, который зарабатывает на жизнь милостыней.

Перманентный рисунок на теле подает визуальные сигналы, важные для налаживания взаимодействия между интерактантами. Татуировка может быть уникальной, разработанной самим субъектом или заимствована с какого-либо эталонного образа [Шнырева, 2009]:

(28) Мне нравилось рассматривать его татуировки, но я не спрашивала, что они обозначают. <...>

– Это тату в стиле ориентал, типа японский стиль. Чел хотел сделать дракона или тигра, но я выбрал птицу хоо.

– Что это за птица? – удивилась я.

– Японский аналог феникса. Символ возрождения [А. Джейн. Твое сердце будет разбито, 2022, [www](#)].

Татуировка, видимая и переживаемая часть души человека, реализуется неакцентированной манипулятивной демонстративной тональностью, выражаемой разными символами в разных культурах [Chivers, 2002]. Индивид меняет свой внешний вид, следуя моде, мистическим, религиозным, политическим или философским концепциям, собственным идеям или идеологии социальной группы [Скрипкина, Скрябин, 2017]:

(29) Правда, татуировка на обоих полушариях широкой давыдовской груди скромна и даже немного сентиментальна: рукою флотского художника были искусно изображены *два голубя; стоило Давыдову пошевелиться, и голубые голуби на груди у него приходили в движение, а когда он поводил плечами, голуби соприкасались клювами, как бы целуясь* [М. Шолохов. Поднятая целина, 1932, [www](#)].

В примере (29) демонстративность татуировки говорит о романтической натуре ее хозяина, готовности любить и создать семью.

Большинство коммуникантов считают татуировку средством самовыражения или символом принадлежности к субкультуре [Кораблева, 2020]:

(30) Именно тогда я впервые увидела маленькую татуировку черной птицы у него под правой ключицей.

– Почему пика? – с любопытством спросила я?

– А почему нет? – в шутку ответил он вопросом на вопрос.

– Это символ черной магии [Д. Делон. В ореоле тьмы, 2022, [www](#)].

Демонстративность татуировки и иных модификаций тела выполняют перформативную функцию, воздействуют на реципиента посредством метафорической интерпретации образов [Прокопович, 2016].

Татуировка служат указанием на принадлежность к различным группам: модным, конформным, девиантным [Fisher, 2002]. Adams пишет о

том, что существует связь между наличием татуировок и расположенностю к отклоняющемуся поведению [Adams, 2009]:

(31) *Я люблю краску под кожей.* Она меня вдохновляет рисовать <...>. Чувствуешь, что ты освободился от какого-то бремени [vkvideo, 2021, www].

В примере (31) средством выражения отрицательной демонстративности является рисунок на голове говорящего, модификация ушных раковин и носа. Коммуникант позиционирует себя художником своего тела и отстаивает свободу самовыражения. В то же время экстремальное изменение внешности используется продуцентом для дистанцирования от окружающих и компенсации социальной нереализованности.

Боди-арт является структурным элементом взаимообмена социальной информацией [Круглова, Киселёв, 2015]. Неакцентированная манипулятивная демонстративность декоративной модификации тела визуализирует статус, принадлежность к определенной социальной группе, отражает комплекс убеждений, жизненную позицию, эмоции человека и его внутренне состояние.

Выводы к третьей главе

Неакцентированная демонстративность является эмоционально-стилевой формой коммуникации, характеризующейся представлением своего образа, его значимого качества и связанной с ним доминирующей эмоции имплицитными языковыми и неязыковыми средствами, требующими интерпретации реципиентом.

Неакцентированная демонстративность имеет следующие разновидности: 1) неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность, 2) неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность, 3) неакцентированная

нарративная положительная демонстративная тональность и 4) неакцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность.

Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность – это эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего положительного образа, его значимого качества и связанной с ним доминирующей эмоции имплицитными языковыми и неязыковыми средствами, требующими интерпретации реципиентом.

Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность – это эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего отрицательного образа, его значимого качества и связанной с ним доминирующей эмоции имплицитными языковыми и неязыковыми средствами, требующими интерпретации реципиентом.

Неакцентированная нарративная положительная демонстративная тональность – это эмоционально-стилевая форма взаимодействия, отличающаяся преувеличенной эмоциональной подачей своих достоинств символическими неязыковыми средствами.

Неакцентированная нарративная отрицательная демонстративная тональность – это эмоционально-стилевая форма взаимодействия, отличающаяся преувеличенной эмоциональной подачей своих отрицательных качеств и состояний символическими неязыковыми средствами.

Неакцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность выполняет персузивную, имиджевую, аттрактивную и дискредитирующую функции, проявляясь в речевых стратегиях ссылки на авторитетное или общепризнанное мнение, отстранения, намека, совета, комментария, кооперации с субъектом похвалы.

Данная тональная разновидность выражается гиперболой, существительными с положительной коннотацией, позитивными гиперболическими эпитетами, смысловой гиперболической антитезой, фразеологизмами с пометой *разг. экспресс.*, безличными глаголами, глаголами в сослагательном наклонении, мы-модальностью, уменьшительно-ласкательной формой собственных имен и безличными предложениями.

Неакцентированная демонстративность выполняет функции самопрезентации и самовозвеличивания в речевых стратегиях дистанцирования, самоумаления и негативного преувеличения, актуализируясь в речи недооценкой, эвфемизмами, гиперболической метафорой, безличными глаголами и гиперболой.

На возрастном этапе молодости коммуниканты отдают предпочтение употреблению неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности, склоняясь к кооперации как способу быстрого получения желаемого.

Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность реализуется литотой, вводными конструкциями-усилителями, лексическим повтором, деформированными пословицами, гиперболой, сравнением, обобщающим местоимением «все» и синтаксическим параллелизмом. Речевыми стратегиями выступают самоодобрение, похвала, ссылка на мнение. Тональность выполняет функции положительной самооценки и самопрезентации.

Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность актуализируется негативными сентенциями и усилительными частицами в речевых стратегиях дистанцирования и самобичевания, выполняя функцию самооценки. Негативная манипулятивность необходима коммуникантам для склонения реципиента к оправданию их социально неодобряемых поступков или мнений.

На возрастном этапе зрелости говорящие отдают предпочтение неакцентированной манипулятивной положительной демонстративности, выраженной гиперболой, инверсией, положительными эпитетами, распространенными гиперболическими сравнениями с включением в них прецедентных имен, гиперболой, смысловой гиперболической антitezой, недооценкой, эрративами, французскими словами, абстрактными словами и мы-модальностью. Данная тональность присутствует в речевых стратегиях цитирования авторитетного мнения и дистанцирования, реализуя имиджевую функцию. В зрелом возрасте человек избегает негативной демонстративности, так как стремится к идеальному мнению о себе.

На старшем возрастном этапе человек ощущает свободу самовыражения, которую ему дает накопленный опыт и занимаемое устойчивое положение в обществе. В связи с этим коммуникант использует как положительную, так и отрицательную неакцентированную демонстративность. Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность обнаруживается в речевых стратегиях цитирования чужого мнения, дистацирования, отстранения или отождествления, реализуя функции оценки и самоподачи. Она актуализируется гиперболой, этикетными междометиями благодарности, развернутыми метафорическими сравнениями-цитатами, антitezой, лексическим повтором, просторечиями, усилительными частицами, безличными конструкциями, положительными гиперболическими эпитетами, риторическими вопросами и синтаксическим параллелизмом.

Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выражается литотой, присутствует в речевой стратегии иронии и реализует оценочную функцию.

Стилистические способы выражения неакцентированной демонстративности характерны для манипулятивной разновидности демонстративной тональности и основываются на имплицитной информации,

выполняя функции концептуализации идентичности, привлечения внимания к значимым качествам субъекта и дискредитации адресата.

Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность косвенно представляет личность посредством метафоры и метафорического кластера, метафорических и метонимических эпитетов, гиперболы, олицетворения, основанного на precedентном тексте, аллегории, языковой игры и оксюморона.

Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность реализуется метонимией, синекдохой, литотой и иронией.

Неязыковые способы выражения неакцентированной коммуникативной демонстративности основываются на визуальной самопрезентации коммуниканта. Неакцентированная демонстративность подчеркивает ценности, уровень культуры и психологические особенности личности.

Визуальная самопрезентация оформляется неакцентированной манипулятивной и нарративной демонстративной тональностью, выражающейся семиотическими единицами и комплексами, такими как интерьер, престижные вещи, одежда и украшение тела.

Неакцентированная манипулятивная коммуникативная демонстративность передается через личные вещи, костюм, макияж и татуировки, а также доминанты интерьера комнат, в которых происходит прием гостей: прихожей, гостиной и столовой. Манипулятивная положительная демонстративность актуализируется с помощью предметов роскоши и призвана повысить статус владельца помещения, в то время, как манипулятивная отрицательная демонстративность реализуется посредством дешевых предметов обстановки и используется для введения реципиента в заблуждение.

Неакцентированная нарративная коммуникативная демонстративность выражается в символизме картин, репродукций и статуэток, украшающих

личное пространство коммуниканта, скрытое от посторонних глаз – рабочий кабинет и спальню.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное в настоящем исследовании всестороннее комплексное изучение демонстративной коммуникативной тональности позволило дефинировать ее как эмоционально-стилевую форму взаимодействия, характеризующуюся установками на самопрезентацию, неискренность с тенденцией к преувеличению своих качеств, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых посредством семиотической полимодальности.

Демонстративность определяется как универсальный компонент знака, который эксплицирует и транслирует необходимый коммуниканту смысл.

Демонстративная тональность является частью тонального поля – структурированной системы взаимосвязанных микрополей, состоящих из гомогенных коммуникативных тональностей, организованных вокруг ядра из базовых 10 унарных тонов, с иерархическими отношениями, обеспечивающая эмоционально-стилевой формат общения между людьми и выражение ими субъективно-оценочного отношения к себе, друг к другу и к предмету речи в процессе взаимодействия. Система коммуникативных тональностей составляет моноцентрическое иерархическое тональное поле со следующими характеристиками: наличием ядра, периферии, системных отношений, плана содержания и плана выражения компонентов, целостностью, единством, упорядоченностью, взаимозависимостью и взаимосвязанностью элементов и уровней между собой. Уровень 1 – ядерный – состоит из 10 унарных коммуникативных тональностей, уровень 2 – комплексный – из бинарных коммуникативных тональностей, уровень 3 – интегративный – из многокомпонентных тональностей и уровень 4 – метаструктурный – из метатональности и структурообразующего нейтрального элемента – нулевой демонстративности. Демонстративная тональность занимает место на высшем уровне тонального поля, являясь

метатональностью со своей внутренней структурой, единицами выражения, связями и функциями.

Функционирование демонстративной тональности базируется на механизме транспозиции и встраивания элементов из нижележащих уровней тонального поля в её кумулятивное ядро и их сочетания с ядерными инвариантными элементами: самопрезентацией, преувеличением и акцентированностью.

Демонстративность проявляется на всех уровнях языковой системы, актуализируясь в коммуникации посредством вербальных и невербальных единиц в разнообразных ситуациях бытового и институционального общения.

Основываясь на концепте бинарной системы, в ядре демонстративной тональности выделяются три элемента: самопрезентация (явная или скрытая), акцентированность (положительная или отрицательная) и преувеличение (осознанное и неосознанное). Периферийные элементы включают самовозвеличивание, самоодобрение, самопохвалу, хвастовство, исключительность, лицемерие, обман, умышленность, подчеркнутость, самодискредитацию, самопорицание, протест, угрозу, неприязнь, запугивание и аффект.

Самопрезентация, первый конститтивный признак демонстративности, акцентирует положительные или отрицательные стороны личности субъекта, создает выразительный образ. Самопрезентация создается лексико-семантическими и стилистическими средствами, выбор которых задаётся дискурсивными обстоятельствами: самопрезентация-аттрактивное вербальное поведение образуется употреблением гиперболических форм этикетных клише, 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, передающих позитивную информацию о говорящем, подчеркивающих значимость имеющихся у него достижений; самопрезентация-самоуничтожение 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; самопрезентация-демонстрация силы или статуса с целью акцентирования значимости своей личности реализуется в речевых тактиках и лексических способах выражения запутивания, негативной оценки с помощью глаголов со значением влияния, принуждения, речевых штампов, оценочно-эмоциональной лексики для характеристики личностных качеств адресата.

Акцентированность, второй конститутивный признак демонстративности, используется как средство аттрактивного вербального поведения говорящих, вызванное необходимостью трансляции уникальности их личности и ее закрепления в сознании реципиентов. Акцентированность фокусирует внимание адресата на значимом посыле сообщаемого и реализуется сочетанием эмфазы и перформанса. Языковые средства перформанса включают невербальные иконические знаки, эффектную внешность говорящего, стратегии манипуляции. К средствам эмфатичности относятся: лексический повтор, тропы, эмоциональные наречия, деформированные фразеологизмы, дискурсивные слова и просодические единицы (паузация, скандированная речь, высокий тембр голоса).

Преувеличение, третий конститутивный признак демонстративности, вызванное необходимостью получения признания у окружающих самобытности личности продуцента речи. Преувеличение подразумевает неистинность, манипулятивность. Демонстративное преувеличение,

употребляемое для выделения значимого посыла, имеет непроизвольный, намеренный и периодичный типы, выполняет экспрессивную, конативную, эстетическую, прагматическую, денотативную и контактную функции. Преувеличение актуализируется гиперболой, гиперболическими тропами, фразеологическими оборотами, превосходной степенью прилагательного, эмоционально-маркированными глаголами, семантическими и грамматическими суперлативами, передающими максимальную степень качества, интенсификаторами «очень», «совсем», восклицательными предложениями, усеченными цитатами, модифицированными поговорками и императивными предложениями.

С учетом таких критериев коммуникативного подхода, как ситуативно-дискурсивная специфика взаимодействия, способ представления информации реципиенту и характер адресатной реакции, выделяются акцентированный, неакцентированный, положительный, отрицательный и ситуативно-дискурсивный типы демонстративности, составляющие 8 подвидов демонстративной тональности: акцентированная нарративная положительная и отрицательная демонстративность; акцентированная манипулятивная положительная и отрицательная демонстративность; неакцентированная нарративная положительная и отрицательная демонстративность; неакцентированная манипулятивная положительная и отрицательная демонстративность.

Основными иллокутивными разновидностями коммуникативной демонстративной тональности являются акцентированная и неакцентированная демонстративная тональность.

Акцентированная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся очевидным однозначным прямым представлением своего образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Неакцентированная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего образа, его значимого качества и связанной с ним доминирующей эмоции имплицитными языковыми и неязыковыми средствами, требующими интерпретации реципиентом.

В качестве перлокутивных типов демонстративности мы выделяем положительную и отрицательную демонстративность.

Положительная демонстративность – эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего позитивного образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей конструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

Отрицательная демонстративность рассматривается как эмоционально-стилевая форма коммуникации, характеризующаяся представлением своего негативного образа, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей деструктивной эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности.

В ходе исследования устанавливается, что ситуативно-дискурсивная демонстративность является коммуникативной тональностью, характеризующейся самопрезентацией говорящего, преувеличением его значимого качества, акцентированностью доминирующей эмоции, выражаемых средствами семиотической полимодальности, выбираемых в зависимости от вида деятельности и требований ситуации общения.

Дискурсивная специфика демонстративности детерминирована сочетанием когнитивных и социальных аспектов, уместных для использования данной тональности. В дискурсах разных ситуаций общения демонстративная тональность принимает манипулятивной или нарративной демонстративности и выполняет воздействующую, регулирующую,

оценочную, презентационную, констатирующую, коммуникативную и эмотивную функции.

Проведенный анализ 14 типов дискурса, выделяемых нами согласно участникам интеракции, позволил нам систематизировать функционирующие в них вербальные способы выражения явной демонстративности.

В *персональном дискурсе* коммуникативная демонстративность присутствует в жанрах самопрезентации, автобиографического рассказа, интервью, публикации в интернет блогах. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность выполняет имиджевую, аттрактивную и констатирующую функции и выражается гиперболическими тропами, преувеличением, гиперболой, лексическим повтором, речевой стратегией хвастовства, абстрактными существительными с положительной коннотацией, эмоционально окрашенными лексическими единицами, междометиями-усилителями, клишированными фразами, иностранными словами, коммерческими названиями популярных торговых марок синтаксическим параллелизмом, восклицательными предложениями. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность, реализуемая в речевых стратегиях самостигматизации, конфронтации, акцентированного преувеличения, выполняет компенсирующую функцию, которая передается гиперболой, гиперболическими и субстандартными тропами с негативной коннотацией, лексическим повтором, антitezой, клишированными фразами, отрицательно-оценочными лексемами, эмотивным синтаксисом, частым употреблением местоимения «я». Акцентированная нарративная отрицательная демонстративность осуществляет функции катарсиса и рефлексивной самоинтерпретации, реализуясь отрицательными частицами и местоимениями, гиперболическими отрицательными эпитетами, абстрактными существительными с негативной коннотацией и метафорой с уничижительным значением.

В *научном дискурсе* преобладает акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность, которая в процессе передачи означающего во взаимодействии ученых актуализируется в письменных жанрах комментария, рецензии и в устных жанрах научного интервью, ток-шоу, лекции и доклада. Лингвистическими средствами выражения являются: я- и мы- модальность, лексический повтор, средства смыслового выделения, антитеза, гипербола, гиперболические тропы, двойная недооценка, риторический вопрос, вводные эмоционально-окрашенные предложения, последовательность коротких простых предложений и синтаксический параллелизм. Акцентированная манипулятивная демонстративная тональность научного дискурса выполняет аттрактивную, персузивную, имиджевую функции.

В *административном дискурсе* акцентированная положительная и отрицательная демонстративность создает позитивный профессиональный имидж, помогает говорящим озвучить свои цели и ожидания, оценку действий коллег, а также способствует укреплению эффективных отношений в команде в речевых жанрах обсуждения актуальных вопросов, совещания, совета, замечания, просьбы, обещания, беседы руководителя и работника. В высказываниях начальника акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность реализует воздействующую, регулятивную, оценочную функции, выражаясь гиперболическими тропами с отрицательной коннотацией, антитезой, условным наклонением глагола, отрицательными местоимениями. Также для руководителя характерно употребление акцентированной нарративной положительной коммуникативной демонстративности в функции позитивной саморефлексии, актуализируемой гиперболой и фразеологизмами. В речи подчиненного акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность реализуется положительными гиперболическими тропами, синтаксическим параллелизмом и восклицательными предложениями. Коммуникативная

демонстративность проявляется в речевой стратегии самопохвалы и выполняет персуазивную и воздействующую функции.

Демонстративная коммуникативная тональность функционирует в *спортивном дискурсе* в жанрах телевизионная речь, спортивный репортаж, интервью, доклад, лекция, мотивационная речь, благодарность, предупреждение, угроза. Акцентированная нарративная положительная демонстративность, выполняющая функцию позитивной самооценки в речи спортсменов, наблюдается в речевой стратегии самопохвалы и выражается гиперболой, эмоционально-окрашенными существительными с положительной коннотацией и назывными предложениями. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность осуществляет контактоустанавливающую и поддерживающую функции в речи демократичных педагогов-тренеров, несет информативную функцию в речи ученых, персуазивную в спортивном рекламном дискурсе и оценочную функцию в текстах СМИ, актуализируясь восходящей градацией, гиперболой, гиперболическими эпитетами, метафорой и антitezой, анафорой, речевыми стратегиями преувеличения и самоодобрения. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность, выполняющая регулятивную функцию у авторитарных спортивных педагогов, выражается гиперболической антitezой, условными предложениями посредством речевой стратегии запугивания.

В *медицинском дискурсе* представлены акцентированная нарративная и манипулятивная положительная и отрицательная разновидности демонстративной тональности. Демонстративная тональность присутствует в речевых жанрах сбора анамнеза, жалобы, рекомендации, опроса, интервью, беседы. В речи пациента акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность актуализируется единицами эмоционального синтаксиса, гиперболическими эпитетами и сравнением, отрицательными эпитетами, гиперболой и лексическими единицами с негативной коннотацией.

Демонстративность образуется речевыми стратегиями обвинения и угрозы и выполняет персуазивную и аттрактивную функции. В высказываниях врача присутствует акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность, передаваемая гиперболическими тропами с положительной коннотацией, атитезой, анафорой, лексическим повтором. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность реализует речевые стратегии самопохвалы и выполняет автопрезентационную, персуазивную и поддерживающую функции.

Коммуникативная демонстративность в *юридическом дискурсе* обнаруживается в акцентированной нарративной и манипулятивной разновидностях положительного и отрицательного характера в речевых жанрах обвинительной речи, адвокатской речи, самозащитной речи, а также приговора, допроса, рекомендации, разъяснения, совета, комментария, протеста, совета-реминисценции, напутственного слова, инструктажа, предупреждения, самооправдания, самопрезентации. В речи судьи средствами реализации акцентированной нарративной положительной демонстративной тональности является я-модальность, лексический повтор и анафора. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выражается личными реминисценциями, гиперболой и лексическим повтором. В речи участников процесса и сторон дела наблюдается акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность, строящаяся на использовании глаголов с негативной семантикой, синтаксического параллелизма, гиперболической метафоры, экспрессивных клише и фразеологизмов. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность выражается лексическим повтором, положительными гиперболическими эпитетами и синтаксическим параллелизмом. В коммуникации следователя функционирует акцентированная манипулятивная положительная демонстративная тональность, основанная на гиперbole и использовании предложений с

однородными членами. Функции демонстративной тональности юридического дискурса состоят в поддержании иерархической структуры интеракции, регуляции поведения участников, побуждении и принуждении к действию, смягчении или усилении категоричности произносимого, выражении сочувствия, оценки, формировании чувства вины, оказании психологического давления авторитетом, создании положительного впечатления о говорящем, завоевании доверия, сочувствия и самооправдании.

В *политическом дискурсе* превалирует акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность, которая находит свое выражение в речевых жанрах программная речь, дискуссия, выступление, информативный диалог в речевых стратегиях самовозвеличивания, самоодобрения, а также лексико-сintаксических и фразеологических единицах: гиперbole, положительных эпитетах и глаголах, я-модальности, антитезе, лексико-фразеологической эмфазе, лексическом повторе, эмотивно-оценочных клишированных единицах с положительной коннотацией, игре слов и риторических вопросах. Акцентированная манипулятивная коммуникативная демонстративность реализует имиджевую функцию и функции перформанса и самопрезентации.

В *деловом дискурсе* доминирует акцентированная манипулятивная положительная коммуникативная демонстративность, кроторая актуализируется в речевых жанрах заявления, интервью и рекламного объявления, выражаясь позитивными адъективными и наречными эпитетами в положительной и превосходной степенях сравнения и гиперболической форме, глаголами с положительной коннотацией, лексическим повтором, антитезой, гиперболой и гипербolicкой метафорой, сintаксическим параллелизмом. Данная тональность передается в речевых стратегиях преувеличения и самовозвеличивания, выполняя персуазивную, воздействующую и автопрезентирующую функции.

В педагогическом дискурсе определяется присутствие акцентированной положительной и отрицательной манипулятивной демонстративной тональности в речевых жанрах урока, лекции, дискуссии, а также самопрезентации, объяснения, беседы, приказа, обвинения, оправдания, биографической реминисценции-назидания, нотации, укора, провокативного вопроса и саботажа. В общении учителя акцентированная манипулятивная положительная демонстративность передается положительными эпитетами, гиперболическими тропами и фразеологизмами, я- и мы-модальностью, глаголами с гиперболической семантикой, антitezой, инверсией, риторическими вопросами, дискурсивами в функции эмфазы, биографическими реминисценциями. Речевые стратегии, оформляющие данную тональную разновидность, составляют преувеличение и самопохвала. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность в речи учителя выполняет контактостанавливающую, мотивирующую, стимулирующую, регулятивную, кооперативную, поддерживающую и консолирующую функции. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность выражается императивными предложениями, риторическими вопросами, речевыми стратегиями запугивания и угрозы, выполняет регулятивную функцию. Акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность в речи ученика реализуется я-модальностью, синтаксическим параллелизмом, лексическим повтором, фразеологизмами и гиперболическими глаголами, выполняя функции автопрезентации, воздействия и протеста. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность формируется говорящим с помощью положительных эпитетов, гиперболы, я-модальности, назывных предложений, Демонстративная тональность в речи ученика имеет функцию самопрезентации и привлечения внимания.

Демонстративная тональность в *массово-информационном дискурсе* представлена манипулятивной разновидностью с разной эмоциональной окраской в речевых жанрах комментария, сатирической реплики, дискуссии, личной интерпретации, экспертного заключения. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность выражается гиперболой, недооценкой, междометными выражениями, речевой стратегией дискредитации и выполняет функции разоблачения, осуждения, демонизации оппонента и программирования массового сознания. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность реализуется литотой, игровым текстом, мелиоративными гиперболическими тропами и фразеологизмами, инверсией, обеспечивая рекреативную функцию и функцию самопрезентации.

В *рекламном дискурсе* демонстративность наблюдается в речевых жанрах рекламного объявления и рекламного ролика в акцентированной положительной и отрицательной манипулятивной разновидностях. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность актуализируется я- и мы-модальностью, глаголами с положительной коннотацией, положительными эпитетами, гиперболой, гиперболической антitezой, номинативными предложениями, эмоциональным синтаксисом, речевой стратегией эпатажа, осуществляя регулятивную, оценочную и эстетическую функции. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность реализуется вербальными средствами (гиперболическими метафорой и антitezой) и невербальными средствами (перформансом, просодическими элементами), осуществляя воздействующую и эмотивную функции.

В *военном дискурсе* акцентированная манипулятивная положительная и акцентированная манипулятивная отрицательная тональности проявляются в речевых жанрах призыва, приказа, клятвы, самопрезентации, обмена мнениями и экспертного мнения. Акцентированная манипулятивная

положительная демонстративная тональность выражается мы- и я-модальностью, глаголами с положительной коннотацией, положительными эпитетами, недооценкой, гиперболой, речевыми стратегиями самопрезентации, реализуя констатирующую, контактостанавливающую, аттрактивную, автопрезентирующую, персуазивную, мотивирующую и инспиративную функции. Акцентированная манипулятивная отрицательная коммуникативная демонстративность выражается недооценкой, речевой стратегией устрашения, выполняя интерпретативно-оценивающую, персуазивную и превентивную функции.

В *медиийно-дипломатическом дискурсе* акцентированная демонстративная тональность выполняет специфические функции в речевых жанрах интервью, диалога, выступления, заявления, а также обещания, поддержки, комментария и призыва. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, выраженная я- и мы- модальностью, эпифорой, анафорой, лексическим повтором, эмфазой, вводными гиперболическими конструкциями, экспрессивными фразеологизмами, гиперболическими эпитетами и положительными фразеологизмами, синтаксическим параллелизмом, речевыми стратегиями обещания, заверения, волеизъявления, реализует констатирующую, имиджевую, персуазивную и контактостанавливающую функции. Акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративная тональность, основанная на метафоре, эвфемизмах-метонимии и эвфемизмах-эпитетах, речевой стратегии сомнения и оценки выполняет регулятивную и экспрессивную функции.

В *религиозном дискурсе* демонстративная тональность функционирует в речевых жанрах пасторской беседы, проповеди, беседы на религиозную тему, исповеди и клятвы. В речи священнослужителя акцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность, актуализируемая лексическим повтором, средствами эмоционального синтаксиса, односоставными предложениями, речевыми стратегиями осуждения и

информирования, выполняет оценочную, персуазивную и информационную функции. Акцентированная манипулятивная положительная демонстративность, передаваемая гиперболическими тропами, мышью, синтаксическим параллелизмом, речевой стратегией призыва к действию, осуществляет кооперативную и регулирующую функции.

В коммуникативном поведении прихожанина акцентированная нарративная положительная демонстративность, реализуемая назывными предложениями и положительными глаголами 1 лица единственного числа с пометой *церковн., возвыши.*, речевой стратегией обещания, выполняет функцию самопрезентации. Акцентированная нарративная отрицательная демонстративность, выражаемая негативными фразеологизмами и глаголами 1 лица единственного числа с пометой *церковн., возвыши.*, речевой стратегией покаяния, актуализирует информативную, коммуникативную и констатирующую функции.

В качестве модели изучения коммуникативной демонстративности предлагается схема, включающая следующие компоненты: 1) *адресант*, 2) *адресат*, 3) *средства выражения* (жанр, (не)языковой демонстратив, демонстратив смешанного типа), 3) *способ самопрезентации* (эмоционально-рациональная демонстративность в административном, военном, деловом, дипломатическом, медицинском, педагогическом, политическом, спортивном дискурсах; эмоциональная демонстративность в персональном, массово-информационном, рекламном, религиозном дискурсах; рациональная демонстративность в научном и юридическом дискурсах) 4) *функции* (воздействия и убеждения), 5) *ответная реакция*.

Устанавливаются неакцентированные типы демонстративности, используемые коммуникантами в разные периоды жизни: в периоды молодости и зрелости – неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность, как способ кооперации с окружающими и представления своего идеального «я». В период старости – неакцентированная

манипулятивная положительная и отрицательная демонстративность, как средство свободы от социальных ограничений и самовыражения. Неакцентированная демонстративность реализуется в указанных разновидностях стилистическими средствами. Неакцентированная манипулятивная положительная демонстративность косвенно представляет личность посредством метафоры и метафорического кластера, метафорических и метонимических эпитетов, гиперболы, олицетворения, основанного на прецедентном тексте, аллегории, языковой игры и оксюморона. Неакцентированная манипулятивная отрицательная демонстративность реализуется метонимией, синекдохой, литотой и иронией.

Комплексное изучение указанных дискурсов выявило невербальные способы выражения демонстративности – демонстративы, замещающие объект, имеющие символический характер и обладающие дополнительным смыслом.

Мы определяем коммуникативный демонстратив как декларативно-репрезентативную единицу коммуникативного акта демонстративной тональности, выражаемую средствами семиотической полимодальности, отражающую вариативность личной идентичности продуцента и используемую для управления впечатлением о себе.

Отталкиваясь от данного определения, мы идентифицируем шесть способов невербальных единиц реализации демонстративной тональности: демонстративное действие, демонстративный образ, демонстративная просодия, демонстративный объект, демонстративная идея и демонстративное изображение.

Демонстративное действие является коммуникативным демонстративом, заключающимся в осознанном совершении яркого, неординарного поступка с целью обратить внимание окружающих на свои переживания, мысли и важные для личности качества.

Демонстративный образ представляется коммуникативным демонстративом, который основывается на ярком внешнем виде продуцента, включающим контрастирующую с ситуацией общения или его обычным образом одежду, обувь, прическу, макияж, количество или вид татуировок, украшения, вызывающий сильный эмоциональный отклик у адресата с целью самопрдвижения и принуждения адресата к признанию своей значимости.

Демонстративная просодия строится на основе нарочитой модуляции голоса (тона, тембра, темпа речи и паузации) и передает преувеличенные эмоции для обозначения субъективного отношения или сокрытия истинных чувств говорящего.

Демонстративный объект – это разновидность коммуникативного демонстратива – предмет, который применяется как невербальное средство самопрезентации.

Демонстративная идея рассматривается нами в качестве эксцентричной или провокационной мысли, идущей вразрез общепринятым мировоззрению, призванной зафиксировать доминирующее положение адресанта.

Демонстративное изображение является коммуникативным демонстративом – визуальным символическим представлением себя для персонализации и самопрдвижения.

Невербальные способы выражения демонстративности основываются на визуальной самопрезентации субъекта взаимодействия передаваемой скрытой демонстративностью и указывают на ценности, уровень культуры и психологические особенности коммуниканта. Невербальная демонстрация собственной личности через визуальную самопрезентацию выражается семиотическими единицами и комплексами, такими как интерьер, престижные вещи, одежда и украшение тела, повышающих статус их владельца.

Дополнительный скрытый смысл выражается в символизме картин, репродукций и статуэток, украшающих личное пространство коммуниканта.

Помимо верbalных и неверbalных механизмов выражения демонстративности, устанавливается смешанный способ выражения демонстративной тональности, актуализируемый лингвистическим гештальтом – социосемиотическим комплексом, организованным разнообразным опытом человека, включающим образ, мысли, чувства, моторную и речевую деятельность, фрейм, схему и сценарий, представленными в одной единице речевого общения, предъявление которой позволяет мгновенно расшифровывать всю содержащуюся в ней информацию.

Рефлексивная демонстративность содержится в нарративах персонального дискурса и таких институциональных дискурсах, как религиозный, медицинский, юридический, спортивный и административный. Акцентированная нарративная положительная коммуникативная демонстративность является тональностью взаимодействия, которая образуется ярким представлением говорящим своего образа, преувеличением масштаба достоинств, акцентированностью позитивной эмоции и реализуется в речи с помощью таких верbalных средств, как гиперболическая метафора и гиперболические эпитеты, лексический повтор, клишированные конструкции, обозначающие наименование титулов и наград, абстрактные существительные с положительной коннотацией, речевые клише, содержащие гиперболу, частое употребление местоимения «я», усилительные наречия «всегда» и определительное местоимение «весь». Данная тональная разновидность констатирует я-концепцию субъекта, выполняет функцию формирования отрефлексированного позитивного личного опыта коммуниканта.

Акцентированная нарративная отрицательная коммуникативная демонстративность является эмоционально-стилевой формой коммуникации,

характеризующейся акцентированным преувеличенным самопринижением в повествовании о себе, выражаемых средствами семиотической полимодальности. Нarrатив ывступает главным способом описания себя в контексте собственной жизни, которым говорящий объективирует свою субъективность с помощью коммуникативных демонстративов. С помощью отрицательной нарративной демонстративности вербализуется дисгармонии психологического функционирования в диалогическом общении и монологических высказываниях коммуникантов в периоды возрастных кризисов.

В ситуации социальной фрустрации данная тональная разновидность используется для негативной самоподачи с целью конструирования альтернативной личной уникальности и привлечения к ней внимания, объяснения причины социальной несостоительности, компенсации кризиса нереализованности и дезадаптации. При личностной фрустрации отрицательная коммуникативная демонстративность выполняет функцию катарсиса, при проблемной – функцию рефлективной самоинтерпретации. Языковыми средствами выражения акцентированной нарративной отрицательной коммуникативной демонстративности, являются пейоративные гиперболические тропы, абстрактные существительные и клишированные фразы-констативы с негативной коннотацией, обсценные лексемы с пометой *презрит.*, восклицательные предложения-обращения, синтаксический параллелизм, цепочка риторических вопросов, речевые стратегии самоуничижения, самостигматизации и конфронтации. Неязыковые единицы реализации акцентированной отрицательной демонстративной тональности включают демонстративный образ, демонстративное действие, демонстративный объект, демонстративную идею, демонстративную просодику (изменение тембра и тона голоса, вокализация), чрезмерную жестикуляцию, гипертрофированную мимику.

В результате проведенного исследования была доказана выдвинутая гипотеза и решены поставленные задачи.

Перспектива дальнейших исследований состоит в анализе особенностей функционирования демонстративной тональности в других лингвокультурах с целью выявления ее универсальных и национально-специфичных характеристик.

Интересным представляется исследование специфики употребления демонстративной тональности представителями разных социально-классовых, социально-демографических, этносоциальных и социально-территориальных общностей.

Значимой перспективой данного исследования может стать дальнейшая разработка феномена нулевой демонстративности в личностно-ориентированном и институциональном общении, а также более детальная систематизация и классификация коммуникативных демонстративов.

Перспективами последующих исследований мы видим изучение демонстративности в интернет жанрах.

Отдельная перспектива работы связана с дальнейшим, более глубоким изучением демонстративности, реализуемой лингвистическим гештальтом.

Дальнейшая работа над данной проблемой позволит сформулировать практические рекомендации по предпочтительному употреблению той или иной разновидности демонстративности для построения кооперативного взаимодействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдуллаева, Н.Э.К. Самораскрытие и психическое здоровье личности / Н.Э.К. Абдуллаева, Е.Е. Пойда // Современные проблемы цивилизации и устойчивого развития в информационном обществе: сб. материалов VII межд. науч.-практ. конф., 15 февраля 2022 г. – Москва: Институт развития образования и консалтинга, 2022. – С. 53-56.
2. Абрамова, Е.А. Проблемы классификации современной татуировки / Е.А. Абрамова // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – №. 27. – С. 1657-1665.
3. Агаджанян, Р.В. Языковое манипулятивное воздействие: теоретический обзор / Р.В. Агаджанян // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2023. – Т. 16. – №. 3. – С. 765-772.
4. Акимова, Г.Н. Новое в синтаксисе современного русского языка / Г.Н. Акимова. – М.: Высш. шк., 1990. – 166 с.
5. Акулова, Е.В. Жанр «Объявление о знакомстве»: гендерная и этнокультурная специфика: автореф. дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Е.В. Акулова. – Саратов, 2010. – 19 с.
6. Алисова, Х.Х. Психология влияния, как распознать и предотвратить / Х.Х. Алисова // Известия Чеченского государственного педагогического университета. Серия Гуманитарные и общественные науки. – 2021. – №2 (34). – С. 18-24.
7. Ананьев, Б.Г. Психология развития и возрастная психология: Хрестоматия / Б.Г. Ананьев, П.П. Блонский, Л.И. Божович, Л.С. Выготский, П.Я. Гальперин. – СПб.: Питер, 2001. – 504 с.
8. Андреева, О.А. Феномен языка в контексте естественное-искусственное в процессе формирования научного дискурса: лингвофилософский аспект / О.А. Андреева // Известия Юго-Западного

- государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. – 2024. – Т. 13. – №. 4. – С. 8-18.
9. Андрианов, М.С. Организация и психологическое воздействие паралингвистического дискурса / М.С. Андрианов // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. – 2017. – Т. 6. – №. 2А. – С. 157-170.
10. Антипов, А.Г. Трансформация аксиологических доминант в российской лингвокультуре (на материале интернет-коммуникации) / А.Г. Антипов, Э.С. Денисова // Вестник Томского государственного университета. – 2013. – №. 369. – С. 12-16.
11. Антоненко, И.В. Социальная психология одежды и моды / И.В. Антоненко, И.Н. Карицкий // Вестник Университета российской академии образования. – 2015. – №. 3. – С. 44-50.
12. Аранович, Н.А. Три дискурса потребления в обществе постмодерна / Н.А. Аранович, Г.С. Пак // Вестник Нижегородского университета им. НИ Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2010. – №. 3. – С. 20-24.
13. Аргументы и факты. Да здравствует вечная молодость! В каком возрасте начинается старость? [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://kuban.aif.ru/>
14. Аристова, Н.С. Коммуникативный акт просьбы и его реализация в рамках высокой тональности общения (на материале английского языка) / Н.С. Аристова // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. – 2006. – №. 4. – С. 75-77.
15. Аристотель: Метафизика. – М.: Эксмо-Пресс, 2019. – 480 с.
16. Арнольд, И.В. Импликация как прием построения текста и предмет филологического изучения / И.В. Арнольд // Вопросы языкознания. – 1982. – № 4. – С. 83-91.

17. Артемова, И.Ю. Коммуникативно-семантическая категория намёка в русском устном публичном дискурсе / И.Ю. Артемова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – №. 4-1. – С. 21-23.
18. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 682 с.
19. Арутюнова, Н.Д. Логический анализ текста / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука; М.: Индрик. – 1987. – 139 с.
20. Астафуров, В.И. Философские и логические основания «теории всего» / В.И. Астафуров // Новые идеи в философии. – 2016. – №. 3. – С. 179-188.
21. Ахмадеев, И.Р. Стратегия самопрезентации в ракурсе политической лингвоперсонологии / И.Р. Ахмадеев // Вестник Башкирского университета. – 2022. – Т. 27. – №. 2. – С. 466 - 472.
22. Ахметгареева, О.Ф. Идеологический компонент военного дискурса / О.Ф. Ахметгареева // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2023. – Т. 23. – №. 4. – С. 27-33.
23. Багдасарян, Т.О. Тональный компонент модальности в коммуникации (на материале английского и русского языков): автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Т.О. Багдасарян. - Краснодар, 2000. - 22 с.
24. Базян, А.С. Зеркальные нейроны, физиологическая роль, особенности функционирования и эмоционально насыщенная когнитивная карта мозга / А.С. Базян // Успехи физиологических наук. – 2019. – Т. 50. – № 2. – С. 42-62.
25. Байбурин, А.К. Семиотический статус вещей и мифология / А.К. Байбурин // Материальная культура и мифология: сборник Музея антропологии и этнографии. – Ленинград: Наука. – 1981. – Т. 37. – С. 215-226.

26. Баксанский, О.Е. Психологические особенности развития личности в период молодости / О.Е. Баксанский, А.В. Скоробогатова // Образовательные технологии.– 2020. – №. 2. – С. 77-86.
27. Балашова, Е.Ю. Представления о психической норме в клинической психологии: подходы, исследования, перспективы / Е.Ю. Балашова, М.С. Ковязина // Диагностика в медицинской (клинической) психологии: традиции и перспективы (к 105-летию С.Я. Рубинштейн). Научное издание. Сборник материалов научно-практической конференции с международным участием 29-30 ноября 2016 г. – М.: ООО «Сам Полиграфист», 2016. – 391 с. – С.21-24.
28. Баранчукова, А.С. Проявления самосострадания у молодых людей с разным типом отношения к неудаче / А.С. Баранчукова, Е.А. Кузнецова // Петербургский психологический журнал. – 2023. – № 43. – С. 544-560.
29. Баринова, И.А. «Языковое сознание»: к вопросу об определении и интерпретации термина / И.А. Баринова, Н.М. Нестерова, И.Г. Овчинникова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкоznания и педагогики. – 2010. – №. 4. – С. 10-21.
30. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
31. Бахтин, М.М. Человек в мире слова / М.М. Бахтин. – Москва: Изд-во Рос. открытого ун-та, 1995. – 139 с.
32. Бекетова, Е.С. Татуировка как способ самовыражения / Е.С. Бекетова // Общество и цивилизация. – 2015. – Т. 2. – С. 85-88.
33. Белей, М.А. Игра в постмодернизме как коммуникативная категория / М.А. Белей // Молодёжь и наука: сб. материалов VIII Всероссийской научно-технической конф. студентов, аспирантов и молодых учёных, посвященной 155-летию со дня рождения К.Э. Циолковского [Электронный ресурс]. — Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2012. — Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2012/section29.html>, свободный.

34. Белинская, Е.П. Интернет и идентификационные структуры личности / Е.П. Белинская // Социальные и психологические последствия применения информационных технологий: материалы международной интернет-конференции. – Москва: Московский общественный научный фонд, 2001. – С. 77-84.
35. Белова, А.Г. Татуировки – «Модная болезнь» / А.Г. Белова // Гуманитарные науки в современном вузе: вчера, сегодня: конференция. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2022. – С. 201.
36. Берестнев, Г.И. О «новой реальности» в языкоznании / Г.И. Берестнев // Филологические науки. – 1997. – № 4. – С. 47-55.
37. Биумена, А.А. Толерантность как коммуникативная и лингвокультурологическая категория / А.А. Биумена // Polish Journal of Science. – 2021. – №. 44-2. – С. 47-49.
38. Бобырева, Е.В. Религиозный дискурс в системе типов общения / Е.В. Бобырева // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2007. – №. 6. – С. 66-75.
39. Богин, Г.И. Типология понимания текста: учебное пособие / Г.И. Богин. – Калинин: Калининский государственный университет, 1986. – 87 с.
40. Богомазова, В.В. Коммуникативная категория «чуждость» в судебном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / В.В. Богомазова. – Волгоград, 2015. – 221 с.
41. Боева, О.А. Знаковые функции и символы традиционной народной одежды / О.А. Боева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. – Т. 57. – №. 3. – С. 52-55.
42. Болдырев, Н.Н. Категории как форма репрезентаций знаний в языке / Н.Н. Болдырев // Концептуальное пространство языка. Сборник научных трудов: Посвящается юбилею Николая Николаевича Болдырева. – Тамбов:

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, 2005. – С. 16-39.

43. Борис, А.М. Речевая стратегия самопрезентации в деловом дискурсе (на материале корпоративных блогов) / А.М. Борис // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2016. – №. 6. – С. 113-117.
44. Борисова, И.Н. Речевой поступок как единица коммуникативной практики / И.Н. Борисова // Вестник гуманитарного университета. – 2014. – №. 4. – С. 88-97.
45. Борохов, А.Д. Значение татуировок в диагностике психических и поведенческих расстройств / А.Д. Борохов // Медицинская сестра. – 2011. – №. 7. – С. 24-32.
46. Бочкарёва, Ю.Ю. Юмористический дискурс как сфера игровой коммуникации / Ю.Ю. Бочкарёва // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2013. – №. 2. – С. 249-250.
47. Бронник, Л.В. Когнитивная лингвосинергетика новый этап в науке о языке и мышлении / Л.В. Бронник // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2008. – №. 10. – С. 29-31.
48. Бугаева, И.В. Язык православной сферы: современное состояние, тенденции развития: автореферат дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / И.В. Бугаева. – Москва, 2010. - 48 с.
49. Буряковская, В.А. Медицинский лайфхак как медиажанр / Буряковская В.А. // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2022. – № 3. – С. 170-175.
50. Буторина, Е.П. Русский язык и культура речи: учеб. пособие / Е.П. Буторина, С.М. Евграфова. – М.: Форум, 2012. – 297 с.

51. Буторина, Е.П. Коммуникативная категория официальности / Е.П. Буторина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – №. 2-2 (56). – С. 64-66.
52. Бюлер, К.Л. Теория языка. Репрезентативная функция языка / К.Л. Бюлер. – М.: Прогресс, 1993. – 502 с.
53. Важдаева, Е.А. Косвенные способы презентации качества товаров и услуг в рекламном тексте / Е.А. Важдаева // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2019. – Т. 25. – №. 2. – С. 138-145.
54. Вайнштейн, Л.А. Общая психология: учебник / Л.А. Вайнштейн, В.А. Поликарпов, И.А. Фурманов. – Минск: Современная школа, 2009. – 512 с.
55. Васильев, Л.Г. Речевое воздействие в общении (на материале конфликтного дискурса): монография / Л.Г. Васильев, Е.В. Белова. – Калуга: «Издательство», 2023. – 184 с.
56. Васильева, В.В., Шутливая тональность как инструмент организации взаимодействия в новостном телевизионном коммуникате / В.В. Васильева, Л.Ю. Иванова // Медиа лингвистика. – 2020. – Т. 7. – №. 2. – С. 212-224.
57. Васюра, С.А. Самопрезентация в общении: аспекты визуальной самоподачи образа я / С.А. Васюра // Вестник Челябинского государственного университета. Образование и здравоохранение. – 2023. – №. 4 (24). – С. 46-55.
58. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М.: Издательство АСТ, 2021. – 420 с.
59. Вежбицка, А. Речевые акты / А. Вежбицка // Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – С. 251-275.
60. Верещагин, Н.К., Шень, А. Лекции по математической логике и теории алгоритмов. Часть 1. Начала теории множеств / Н.К. Верещагин, А. Шень. – Москва: МЦНМО, 2017. – 1126 с.

61. Вильчик, М.К. Статус коммуникативной категории эгоцентризма в американской лингвокультуре / М.К. Вильчик // Современные исследования социальных проблем. – 2021. – Т. 13. – №. 3. – С. 274-292.
62. Виноградов, В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / В.В. Виноградов. – Москва: Изд-во Акад. наук СССР, 1963. – 255 с.
63. Волкова, О.А. О соотношении понятий экспрессивность, эмоциональность и эмфаза в просодии / О.А. Волкова // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета, 15-16 апреля 2021 г.: в 5 ч. – Минск: МГЛУ, 2021. – ч. 3. – С. 57-59.
64. Волкова, Я.А. Коммуникативная категория деструктивности: интердискурсивный аспект / Я.А. Волкова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2019. – №. 1 (134). – С. 166-171.
65. Волохова, А.А. Развитие у обучающихся умений работать с непрямо выраженной информацией / А.А. Волохова // На пути к профессиональному мастерству: лингводидактика: конференция. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Языки Народов Мира», 2023. – С. 201-210.
66. Воробьев, В.В. Национальная языковая личность как лингвокультурологический феномен / В.В. Воробьев, Р.Х. Хайруллина // III Фирсовские чтения. Лингвистика в XXI веке: междисциплинарные парадигмы / Междунар. научно-практ. конф. Москва, 14–15 ноября 2017 г. – М: РУДН, 2017. – С. 144-154.
67. Воробьева, С.Н. Религиозный дискурс: экстралингвистические и лингвистические особенности / С.Н. Воробьева // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – №. 2 (81). – С. 506-509.
68. Воронова, М.В. Типы колоративов в рекламных текстах / М.В. Воронова, Н.И. Ершова // Огарёв-Online. – 2015. – №. 6 (47). – С. 7.

69. Гаврилова, М.В. Социальная семиотика: опыт систематизации терминологической системы / М.В. Гаврилова // Метод: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. – 2018. – №. 8. – С. 404 - 417.
70. Газизов, Р.А. Коммуникативная категория вежливости в немецкой лингвокультуре: Ситуативно-стратегический анализ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Р.А. Газизов. – Уфа, 2011. – 44 с.
71. Галичкина, Е.Н. Тональность дискурса системных администраторов в актуальной и виртуальной коммуникации / Е.Н. Галичкина // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2009. – Т. 67. – №. 3 (67). – 121-126.
72. Галкина-Федорук, Е.М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке // Сборник статей по языкоznанию / Е.М. Галкина-Федорук. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1958. – С. 103-124.
73. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. Изд. 4-е, стереотипное. – М: КомКнига, 2006. – 144 с.
74. Герасимова, О.А. Социально-психологические характеристики ольфакторной самопрезентации личности: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / О.А. Герасимова. – Ростов-на-Дону, 2003. – 340 с.
75. Герман, Е.И. Дидактическая тональность и её реализация в текстах проповедей А. Меня / Е.И. Герман // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2021. – Т. 13. – №. 1. – С. 24-36.
76. Гибадуллин, А.А. Унификация в науке и теория всего / А.А. Гибадуллин // International scientific review. – 2016. – №. 5 (15). – С. 66-67.
77. Гидденс, Э. Устроение общества: Очерк теории структурации / Э. Гидденс. – М.: Акад. проект, 2003. – 525 с.
78. Гладилин, А.В. «Язык вражды» как коммуникация / А.В. Гладилин // Russian Journal of Education and Psychology. – 2012. – №. 11. – С. 67.

79. Глушак, В.М. Средства преувеличения позитивных и негативных интенций в повседневной интеракции / В.М. Глушак // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2012. – №. 4. – С. 178-181.
80. Голев, Н.Д. Лингвоперсонология: проблемы и перспективы / Н.Д. Голев // Вопросы лингвоперсонологии. – 2007. – Ч. 1. – С. 7-12.
81. Гольдин, В.Е. Русский язык и культура речи: учебник для студентов-нефилологов / В.Е. Гольдин, О.Б. Сиротинина, М.А. Ягубова. – М.: УРСС, 2002. – 211.
82. Голякова, Л.А. Проблема подтекста в свете современной научной парадигмы / Л.А. Голякова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2006. – №. 5. – С. 93-98.
83. Горелов, А.А. Основы философии / А.А. Горелов, Т.А. Горелова – М.: КноРус, 2022. – 228 с.
84. Горецкий, В.Ф. Лирическая тональность прозаической речи в произведениях И.А. Бунина / В.Ф. Горецкий // Культурная жизнь Юга России. – 2009. – №. 5. – С. 89-90.
85. Гоулман, Д. Эмоциональный интеллект / пер. с англ. А.П. Исаевой / Д. Гоулман. – М.: АСТ; Владимир: ВКТ, 2009. – 478 с.
86. Грановская, Р.М. Психология веры. 2-е изд./ Р.М. Грановская. – Санкт-Петербург: Питер, 2010. – 480 с.
87. Гринева, М.С. Метакоммуникативные средства регуляции эмпатической и унисонной коммуникативной тональности в терапевтическом дискурсе (на материале английского и русского языков) / М.С. Гринева // Мирнауки. Социология, филология, культурология. – Москва: ООО «Издательство «Мир науки», 2021. – Т. 12. – №. 4. – С. 53-69.
88. Грушевская, В.Ю. Особенности самопрезентации в видеоблогах, популярных в молодежной среде / В.Ю. Грушевская // Бренное и вечное: мифология цифровой цивилизации: материалы межд. научной конф. –

- Великий Новгород: Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, 2021. – С. 202-210.
89. Губанов, С.А. Лингвокогнитивные механизмы образования эпитетов / С.А. Губанов // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2018. – №. 4. – С. 46-57.
90. Губарева, С.А. Преувеличение как прием в афористике / С.А. Губарева, С.Ю. Щербина // 57-я Студенческая научно-практическая конф. ТОГУ: материалы секционных заседаний конф., 17-27 апреля 2017. – Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет, 2017. – С. 128-132.
91. Гудзовская, А.А. Социальная идентичность как контекст креативности в ситуации фрустрации / А.А. Гудзовская, Е.И. Добрынина, М.С. Мышкина // Социальная психология и общество. – 2023. – Т. 14. – №. 2. – С. 193-210.
92. Гулинов, Д.Ю. Индикаторы речевых тактик журналиста на футбольной пресс-конференции (на материале испанского языка) / Д.Ю. Гулинов, Е.В. Закирова // Гуманитарные и социальные науки. – 2024. – Т. 104. – № 3. – С. 86-90.
93. Гусельникова, В.А. Стиль и имидж как средство самопрезентации и коммуникации / В.А. Гусельникова, О.В. Горшунова // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках Всероссийского форума молодых исследователей «Дизайн и искусство - стратегия проектной культуры XXI века». Том Часть 1. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021. – 2021. – С. 56.
94. Гуссерль, Э. Избранные работы / Э. Гуссерль; сост. В.А. Куренной. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2005. – 464 с.
95. Дебор, Г.Э. Общество спектакля / Ги Э.Дебор. – М.: Лоғоқ (Радек), 2000. – 183 с.

96. Дейк, Ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Ван Т.А. Дейк. – М.: Прогресс. – 1989. – 310 с.
97. Дейниченко, Л.Б. Взаимосвязь стратегии самопрезентации в социальных сетях и отношения личности к собственному «Я» в подростковом возрасте / Л.Б. Дейниченко, М.С. Машина // Актуальные проблемы теории и практики психологических, психолого-педагогических и лингводидактических исследований: сб. материалов Международной научно-практической конф. В 2-х томах. 17-18 апреля. – Москва: МГОУ, 2019. – С. 53-58.
98. Декатова, К.И. Фразеостилистическая конвергенция и контаминация как средства выражения иронии в политическом тексте / К.И. Декатова // Политическая лингвистика. – 2025. – № 2 (110). – С. 90-97.
99. Дементьев, В.В. Фатические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной компетенции и типология речевых жанров / В.В. Дементьев // Жанры речи: сб. науч. тр. – Саратов, 1997. – С. 34-44.
100. Дементьев, В.В. Непрямая коммуникация / В.В. Дементьев. – М.: Гнозис, 2006. – 376 с.
101. Демиденко, Н.Н. Профиль потребностей и типы мотивации личности / Н.Н. Демиденко // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2009. – Т. 15. – №. 4. – С. 206-211.
102. Демьянков, В.З. О техниках понимания имплицитности речи / В.З. Демьянков // Семантико-дискурсивные исследования языка: эксплицитность/имплицитность выражения смыслов: материалы Международной научной конференции. – Калининград: Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2006. – С. 34-52.

103. Денисенко, С.В. Современный этикет: возможности и границы / С.В. Денисенко // Общество: философия, история, культура. – 2022. – №. 4 (96). – С. 40-45.
104. Детинкина, В.В. Рекламный дискурс как способ создания социального мифа: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / В.В. Детинкина. – Ижевск, 2010. – 24 с.
105. Дж, Б. Психологические аспекты старости и социальное обслуживание пожилых в Армении / Б. Дж, С. Седракян // Norwegian Journal of Development of the International Science. – 2022. – №. 80. – С. 50-55.
106. Дмитриева, О.А. Реализация типизируемости языковой личности в языковом сознании / О.А. Дмитриева // Проблемы языка и культуры в гуманитарном образовании. Материалы Международной научно-практической конференции, 27-28 октября 2011 г. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2011. – С. 170-174.
107. Долинин, К.А. Интерпретация текста / К.А. Долинин. – М.: Просвещение, 1985. – С. 288.
108. Дубских, А. И. Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации личности в масс-медиальном дискурсе (на материале «звездных» интервью): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А.И. Дубских. – Челябинск, 2014. – 24 с.
109. Дубских, А.И. Интернет-пространство как сфера реализации отрицательной самопрезентации юмористическими средствами / А.И. Дубских // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2019. – №. 2 (199). – С. 14-20.
110. Евстафьев, Д.Г. Дискурс посткапитализма как отражение кризиса глобализации / Д.Г. Евстафьев // Вестник МГИМО-Университета. – 2024. – Т. 16. – №. 6. – С. 207-222.
111. Евтушенко, О.А. Административный дискурс: институциональные характеристики / О.А. Евтушенко // Известия Волгоградского

- государственного педагогического университета. – 2011. – Т. 59. – №. 5. – С. 11-14.
112. Егорова, Е.И. Теория психотипов личности и педагогическое взаимодействие / Е.И. Егорова, Л.Н. Мещанова // Развитие личности средствами искусства: Материалы V Международной научно-практической конференции, 15 марта 2018. Саратов: Издательство «Саратовский источник», 2018. – С. 28-34.
113. Едамова, А.Ю. Аутентичные отношения: обзор зарубежных исследований / А.Ю. Едамова // Современная зарубежная психология. – 2023. – Т. 12. – №. 1. – С. 109-118.
114. Ермолаева, Е.П. Психология социальной реализации профессионала / Е.П. Ермолаева. – Москва: Ин-т психологии РАН, 2008. – 345 с.
115. Желтухина, М.Р. Медиаизмерение политического дискурса в XXI веке: фобии – фейки – интертеймент / М.Р. Желтухина // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса: колл. монография. М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2021. С.150-169.
116. Жирова, И.Г. Лингвистическая категория эмфатичность в антропоцентрическом аспекте: автореферат дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / И.Г. Жирова. – Москва, 2007. – 40 с.
117. Житкова, Н.Ю. Конструкции экспрессивного синтаксиса / Н.Ю. Житкова, И.В. Голубева // Достижения науки и образования. – 2018. – №. 17 (39). – С. 38-42.
118. Жура, В.В. Нарратологические исследования устного медицинского дискурса / В.В. Жура // Международный журнал исследований культуры. – 2013. – № 1 (10). – С. 72-78.
119. Журавлев, И.В. Органы сознания и механизм объективации / И.В. Журавлев // Вопросы психолингвистики. – 2010. – №. 12. – С. 141-150.

120. Журавлев А.Л. Социально-психологическое пространство личности / А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. – М.: Когито-Центр, 2022. – 496 с.
121. Зайцева, И.И. Аватар как способ опосредованной самопрезентации в социальных сетях у подростков / И.И. Зайцева // Мир детства в современном образовательном пространстве: сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2022. – Вып. 13. – С. 432-435.
122. Закарян, Р.А. Передача имплицитной информации в тексте интертекстуальными включениями / Р.А. Закарян // Вестник Российской-Армянского (Славянского) университета (серия: гуманитарные и общественные науки). – 2024. – №. 1. – С. 171-180.
123. Зарецкая, А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе: дисс ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А.Н. Зарецкая. – Челябинск, 2010. – 180 с.
124. Захарова, Е.П. Типы коммуникативных категорий / Е.П. Захарова // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. трудов. – Саратов: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 2000. – С. 12-19.
125. Звегинцев, В.А. Предложение и его отношение к языку и речи / В.А. Звегинцев. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 306 с.
126. Зельвенский, И.Г. Группы, кольца, поля: методические указания по дисциплине «Геометрия и алгебра» / И.Г. Зельвенский. – СПб: СПбГЭТУ, 1997. – 30 с.
127. Земская, Е.А. Категория вежливости: Общие вопросы — Национально-культурная специфика русского языка / Е.А. Земская // Zeitschrift für slavische Philologie. – 1997. – Т. 56. – №. 2. – С. 271-301.
128. Зимин, И. Двор российских императоров. Энциклопедия жизни и быта. [Электронный ресурс]. 2014. – Режим доступа:

- <https://www.litres.ru/book/igor-zimin/dvor-rossiyskih-imperatorov-enciklopediya-zhizni-i-byta-v-2-t-t-17203772/chitat-onlayn/> (дата обращения: 17.07.2024).
129. Зимин, И. Царская работа. XIX-начало XX века. Рабочие кабинеты императоров. [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://statehistory.ru/books/TSarskaya-rabota--XIX---nachalo-XX-v/8> (дата обращения: 13.07.2024).
130. Золян, С.Т. Юрий Лотман и социальная семиотика: К постановке проблемы / С.Т. Золян // Зборник Матице Српске за славистику = Matica Srpska Journal of Slavic Studies. – 2017. – Т. 92. – С. 123.
131. Золян, С.Т. Социальная семиотика: сорок лет спустя / С.Т. Золян // Социальная семиотика: истоки, проблемы, перспективы: сборник статей под научной редакцией Г.Л. Тульчинского. – Санкт-Петербург: ООО «Скифия-принт», 2020. – С. 8-11.
132. Иванов, А.С. Макияж или его отсутствие как средство формирования имиджа / А.С. Иванов, И.В. Антоненко // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (социальный инженер-2021): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Том Часть 6. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021. – С. 4.
133. Иванова, О.Ю. Лингвистическим анализ художественного текста / О.Ю. Иванова, Т.Г. Гасанян // Лингвистика, переводоведение и методика обучения иностранным языкам: актуальные проблемы и перспективы: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Орел: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева. – 2020. – С. 238-241.

134. Иванова, Ю.М. Маркеры игровой коммуникативной тональности / Ю.М. Иванова, Е.А. Ярмахова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – №. 10 (339). – С. 71-77.
135. Ивин, А.А. Основы философии: учебник для среднего профессионального образования / А.А. Ивин, И.П. Никитина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 478 с.
136. Изард, К.Э. Психология эмоций / Кэррол Э. Изард; [пер. с англ. В. Мисник, А. Татлыбаева]. – Москва [и др.]: Питер, 2006. – 460 с.
137. Илларионова, В.Л. Социально-психологические аспекты исследования старости / В.Л. Илларионова // Актуальные вопросы психологии развития и образования: сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции. – Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, 2022. – С. 79-86.
138. Ильинова, Е.Ю. Прагматика коммуникативной тональности запрета в англоязычном воспитывающем общении / Е.Ю. Ильинова, Т.Н. Цинкерман // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021. – №. 3. – С. 52-62.
139. Илюхин, Н.И. Характерные черты коммуникативной манипуляции (на материале английского киносериала) / Н.И. Илюхин // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2023. – Т. 16. – №. 5. – С. 1458-1464.
140. Ионова, С.В. Механизмы смысловой интерпретации эмоционального содержания текста / С.В. Ионова // Язык. Сознание. Коммуникация: методология и гуманитарные практики (вызовы современности). Материалы II Всероссийской конференции с международным участием. Москва, 8–11 апреля 2024 г. / Ред. коллегия: Н.В. Уфимцева (отв. ред.), В.В. Красных, И.Ю. Марковина, О.В. Балаянникова, С.В. Дмитрюк. – М. – Ярославль: Канцлер, 2024 – 302 с. С. 273-275.
141. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Изд. 5-е. – М.: Лки, 2008. – 284 с.

142. Ицкович, Т.В. Тональность православной проповеди / Т.В. Ицкович // Современная лингвистика и межкультурная коммуникация. – Красноярск: НИЦ, 2012. – С. 69-97.
143. Каверин, С.Б. О психологической классификации потребностей / С.Б. Каверин // Вопросы психологии. – 1987. – Т. 5. – С. 121-129.
144. Кагарманова, А.Б. Социокультурные аспекты нанесения татуировки / А.Б. Кагарманова // Саморазвитие в педагогике и психологии: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2018. – С. 100-102.
145. Калашникова, А.Р. Ритмические модели современных публицистических текстов и их связь с коммуникативной текстовой тональностью / А.Р. Калашникова // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире: IX международная научно-практическая конф., сб. статей, 6 февраля. – Волгоград: Волгоградский филиал РАНХиГС, 2015. – С. 43-46.
146. Карасик, В.И. О категориях дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: социолингвистический и эмотивный аспекты. Сб. науч. трудов. – Волгоград: Перемена, 1998. – С. 185–197.
147. Карасик, В.И. Языковая личность / В.И. Карасик // Аспекты лингвистики и лингводидактики: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 1999. – 195 с.
148. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Монография / В.И. Карасик. Волгоград: «Перемена». – 2002. – 477 с.
149. Карасик, В.И. Коммуникативная тональность медиадискурса / В.И. Карасик // Stylistyka. – 2014. – №. 23. – С. 121-132.
150. Карасик, В.И. Коммуникативная тональность: типы и способы выражения / В.И. Карасик // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2017. – №. 2 (18). – С. 75-89.

151. Карасик, В.И. Модусы интерпретации: эмблемы, аллегории, символы / В.И. Карасик // Семантика и прагматика языковых единиц: Материалы Международной научной конференции. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского, 2019. – С. 109-119.
152. Карасик, В.И. Демонстративы в сетевом дискурсе: интерпретативный аспект / В.И. Карасик // Когнитивные исследования языка. – 2019. – №. 36. – С. 214-222.
153. Карасик, В.И., Слышкин, Г.Г. Тенденции развития современного дискурса / В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021. – № 1. – С. 14-31.
154. Караулов, Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети / Ю.Н. Караулов // Языковое сознание и образ мира. – 2000. – С. 191-206.
155. Карзенкова, Е.П. Коммуникативно-речевая категория «дружба» / Е.П. Карзенкова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2011. – №. 2. – С. 89-94.
156. Карпухина, В.Н. Современный медиадискурс: information vs. infotainment / В.Н. Карпухина // Межкультурная коммуникация и СМИ. – 2016. – №7. – С. 31-33.
157. Катермина, В.В. Языковая личность автора в художественном тексте / В.В. Катермина // Человек. Культура. Образование. – 2016. – №. 2 (20). – С. 205-213.
158. Кашкин, В.Б. Авторитетность как коммуникативная категория / В.Б. Кашкин // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2007. – №. 5. – С. 12-18.
159. Кетрарь, Н. Основные социально-демографические параметры конфликтной вербальной коммуникации / Н. Кетрарь // Обеспечение безопасности жизнедеятельности: проблемы и перспективы: сб. материалов

- XV междунар. научно-практической конф. молодых ученых: В 2-х томах. Т. 2. – Минск: УГЗ, 2021. – 424 с. – С. 117-119.
160. Килощенко, М.И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты / М.И. Килощенко. – СПб.: СПГУТ, 2001. – 192 с.
161. Кисель, О.В. Мотивы самопрезентации личности в интернет-пространстве посредством никнейма / О.В. Кисель, А.И. Дубских, А.В. Бутова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – №. 5. – С. 222-225.
162. Кислякова, Е.Ю. Коммуникативная категория идентичности: монография / Е.Ю. Кислякова. – Волгоград: науч. изд-во ВГСПУ «Перемена», 2018. – 249 с.
163. Китайгородская, М.В. Языковое существование современного горожанина монография / М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова. – М.: Издательство «Языки славянских культур», 2010. – 496 с.
164. Китова, Д.А. Методологические принципы исследования потребностей как основы социальной активности личности / Д.А. Китова, А.В. Гараганов // Вестник Университета Российской академии образования. – 2016. – №. 2. – С. 104-107.
165. Клюев, Е.В. Речевая коммуникация: Коммуникативные стратегии. Коммуникативные тактики. Успешность речевого взаимодействия: Учеб. пособие для ун-тов и ин-тов / Е.В. Клюев. – М.: Приор, 1998. – 224 с.
166. Книга, Ю.А. Языковая игра как средство самопрезентации в Интернет-дискурсе (на материале постов социальной сети Twitter) / Ю.А. Книга // Вестник Курганского государственного университета. – 2019. – №. 1 (52). – С. 90-94.
167. Кобозева, И.М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ / И.М. Кобозева // Язык средств массовой информации. – М.: Изд-во МГУ 2003. – С. 221-237. – 760 с.

168. Кобрина, О.А. Категория эвиденциальности в современном английском языке. Семантика и средства выражения: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / О.А. Кобрина. – Санкт-Петербург, 2003. – 23 с.
169. Когут, С.В. Дискурсивные маркеры в письменном научном дискурсе / С.В. Когут // Сибирский филологический журнал. – 2016. – №. 2. – С. 157-163.
170. Кожемякин, Е.А. Юридический дискурс как культурный феномен: структура и смыслообразование / Е.А. Кожемякин // Юрислингвистика. – 2011. – №. 11. – С. 131-145.
171. Комлев, И. В. Поддержание положительной коммуникативной тональности текста как стратегия самопрезентации в интернет-дискурсе / И.В. Комлев // Язык, перевод, коммуникация в условиях полилога культур: труды Междунар. студенческого лингвистического форума, 19-21 марта. – Санкт-Петербург: Политех-Пресс, 2020. – С. 102-108.
172. Кондакова, Н.С., Мишина, Т.В. Религия в жизни современного человека и общества / Н.С. Кондакова, Т.В. Мишина // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. – 2018. – Т. 26. – С. 91-96.
173. Кононова, И.В. Провокативная самопрезентация в дискурсе американского политического радиокомментатора / И.В. Кононова, Д.Е. Гунькова // Актуальные проблемы современной лингвистики. – 2021. – С. 76-87.
174. Конькова, А.А. Понятие и признаки эмоционального заражения. Причины возникновения эмоционального заражения / А.А. Конькова // Психология и педагогика в Крыму: пути развития. – 2019. – №. 2. – С. 76-83.
175. Кораблева, О.В. К вопросу об отношении общественности к татуировке / О.В. Кораблева // Карельский научный журнал. – 2020. – Т. 9. – №. 3 (32). – С. 85-89.

176. Корнеева, А.В. Коммуникативное поведение и коммуникативное сознание как механизмы межкультурного взаимодействия / А.В. Корнеева // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2017. – Т. 15. – №. 4. – С. 78-86.
177. Коровина, И.В. Соотношение понятий «знак», «референт», «денотат» и «концепт» как основных элементов референции / И.В. Коровина // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2010. – № 4. – С. 332–336.
178. Коростова, С.В. Эмотивность как функционально-семантическая категория: к вопросу о терминологии / С.В. Коростова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – №. 103. – С. 85-93.
179. Коротеева, О.В. Дефиниция в педагогическом дискурсе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / О.В. Коротеева. – Волгоград, 1999. - 24 с.
180. Корчагина, И.Л. Большая энциклопедия манипуляций / И.Л. Корчагина. – Москва: Эксмо, 2009. – 349 с.
181. Корягина, Н.А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация: учебник и практикум для вузов / Н.А. Корягина. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 225 с.
182. Костерина, А.Б. Метафизика сокровенного в жилом пространстве / А.Б. Костерина, Е.Ж. Шуплецова // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2013. – №. 1. – С. 66-72.
183. Кочеткова, Т.В. Проблема изучения языковой личности носителя элитарной речевой культуры (обзор) / Т.В. Кочеткова // Вопросы стилистики. – 1996. – № 26. – С. 14-25.
184. Кочетова, Л.А. Динамические аспекты коммуникативной категории тональности в рекламном дискурсе / Л.А. Кочетова // Вестник Омского университета. – 2011. – №. 3. – С. 256-261.

185. Крапивкина, О.А. Языковые механизмы самопрезентации субъекта в законодательных жанрах юридического дискурса / О.А. Крапивкина // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2011. – №. 7 (54). – С. 243-248.
186. Красавский, Н.А. Коммуникативная стратегия самопрезентации политиков и журналистов в немецких СМИ при обсуждении российско-украинского военного конфликта / Н.А. Красавский // Российский лингвистический бюллетень. – 2023. – № 3 (39). – С. б/с.
187. Крейдлин, Г.Е. Голос и тон в языке и речи / Г.Е. Крейдлин // Язык о языке. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 453-501.
188. Круглова, Ю.Д. Декоративная модификация тела в свете теории социального действия Т. Парсонса / Ю.Д. Круглова, М.И. Киселев // Новый университет. Серия: Актуальные проблемы гуманитарных и общественных наук. – 2015. – № 8-9 (53-54). – С. 68-70.
189. Крюкова, И.В. Рекламные имена в диахроническом аспекте: особенности апеллятивации / И.В. Крюкова // Pozprawy Slawistyczne. – 2009. – Т. 22. – С. 145-153.
190. Ксандри, Л. Язык мушек, странный флирт. [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: <https://author.today/post/203113> (дата обращения: 17.07.2024).
191. Кузьменкова, Ю.Б. Стратегии речевого поведения в англоязычной среде / Ю.Б. Кузьменкова. – М.: «Первое сентября», 2005. – №17. – С. 58-62.
192. Куликов, Л.В. Детерминанты удовлетворенности жизнью / Л.В. Куликов // Общество и политика / под ред. В.Ю. Большакова. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета. – 2000. – С. 476-510.
193. Кунах, В.А. Мобильные генетические элементы и пластичность генома растений / В.А. Кунах. – Киев: Логос. – 2013. – 154 с.

194. Лабунская, В.А. Не язык тела, а язык души! Психология неверbalного выражения личности: монография / В.А. Лабунская. – Ростов-на-Дону: ООО «Феникс», 2009. – 352 с.
195. Лабунская, В.А. «Видимый человек» как социально-психологический феномен / В.А. Лабунская // Социальная психология и общество. – 2010. – Т. 1. – №. 1. – С. 26-39.
196. Лавренченко, Ю.С. Категория вежливости в речи телеведущих передач о животных / Ю.С. Лавренченко // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. трудов под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 2013. – С. 158-165.
197. Лакофф, Д. Когнитивное моделирование / Д. Лакофф // Язык и интеллект. – Москва: Прогресс. – 1996. – С. 143-184.
198. Ларина, Т.В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации: На материале английской и русской коммуникативных культур): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.20 / Т.В. Ларина. – Москва, 2003. – 32 с.
199. Левада, Ю.А. Люди и символы символические структуры в общественном мнении. Заметки для размышления / Ю.А. Левада // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2001. – №. 6. – С. 7-13.
200. Левицкий, А.Э. Языковая личность как лингвокультурный феномен / А.Э. Левицкий // Когнитивные исследования языка. – 2021. – № 2 (45). – С. 342-353.
201. Лемов, А.В. Система, структура и функционирование научного термина: На материале русской лингвистической терминологии: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / А.В. Лемов. – Нижний Новгород, 2000. – 32 с.

202. Лендел, Ж. Обращения, приветствия и прощания в речевом этикете современных венгров / Ж. Лендел // Национально-культурная специфика речевого поведения. – М.: Наука, 1977. – С. 193-218.
203. Леонтович, О.А. Позитивная коммуникация: постановка проблемы / О.А. Леонтович // Russian Journal of Linguistics. – 2015. – №. 1. – С. 164-177.
204. Лескина, С.В. Категория пейоративности в русском и английском языках в аспекте лингвокультурологического сопоставления (на материале фразеологических единиц): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.20 / С.В. Лескина. – Челябинск, 2010. – 41 с.
205. Лесохин, М.М. Введение в математическую лингвистику / М.М. Лесохин, К.Ф. Лукьяненков, Р.Г. Пиотровский. – Минск: Наука и техника, 1982. – 263 с.
206. Липаев, А.П. Педагогический дискурс как средство социального воспитания сельских школьников: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / А.П. Липаев. – Кострома, 2004. – 175 с.
207. Лисенкова, А.А. Социокультурные вызовы цифровой эпохи / А.А. Лисенкова // The Digital Scholar: Philosopher's Lab. – 2019. – Т. 2. – №. 1. – С. 173-182.
208. Лихачёва, Т.С. Особенности обиходно-практической тональности дискурса (на материале англо- и русскоязычного кинодискурса) / Т.С. Лихачёва // Вестник Нижегородского университета им. НИ Лобачевского. – 2021. – №. 2. – С. 213-219.
209. Лосев, А.Ф. Диалектика мифа / Лосев А.Ф. Из ранних произведений. – М.: Правда, 1990. – С.393-599.
210. Лосева, О.М. Тональность научных текстов / О.М. Лосева, Т.А. Фуфурина // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики в неязыковом вузе: сб. материалов 4-ой Международной научно-практической конф., 16 декабря: в 2 т. – Москва: МГТУ им. Н. Э. Баумана фак. «Лингвистика», Ассоциация технических университетов России и Китая,

- Евразийское общество прикладной лингвистики, 2021. – Т. 1: Лингвистика. – С. 117-122.
211. Лосский, В.Н. Смысл икон / В.Н. Лосский, Л.А. Успенский. – М.: Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет: Эксмо, 2014. – 336 с.
212. Лотман, Ю.М. О семиотическом механизме культуры / Ю.М. Лотман, Б.А. Успенский // Труды по знаковым системам. Памяти Владимира Яковлевича Проппа. Тарту: Тартуский государственный университет. – 1971. – Т. 5. – С. 553.
213. Лунева, О.В. Общение / О.В. Лунева // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – №. 4. – С. 157-159.
214. Мазикина, М.С. Сущностная характеристика технологии самопрезентации / М.С. Мазикина // Психологический и педагогический подходы к образованию в цифровом обществе: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2022. – С. 57.
215. Макарова, Е.А. Татуировка как одна из модификаций тела и мотивационные установки для ее нанесения / Е.А. Макарова, И.А. Тищенко // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2021. – №. 2 (34). – С. 88-92.
216. Малюга, Е.Н. Новые тенденции англоязычного научного дискурса: вопросы актуальности исследования и языковой идентичности / Е.Н. Малюга // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2019. – № 58. – С. 52-70.
217. Марова, В.А. Проблема кризиса среднего возраста в психологии / В.А. Марова // Вопросы науки и образования. – 2018. – №. 27 (39). – С. 137-141.
218. Марченко, Т.В. Эмоционально-образный и оценочный потенциал эпитетов: переводческий аспект / Т.В. Марченко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – №. 10. – С. 118-121.

219. Маскальчук, Я.А. Переоценка (Overstatement) как лингвистический приём выражения поддержки собеседника / Я.А. Маскальчук // Вопросы германской филологии и методики обучения иностранным языкам: материалы X межвузов. студенч. науч. – практ. конф., 24 апреля. – Брест: Альтернатива, 2015. – С. 68-71.
220. Маслов, О.Ю. Концепция интеллектуальных символов и символично знаковых полей. Лингвофилософская концепция неогумбольдтианста: в 2 томах / О.Ю. Маслов. – М.: Метатекст, 1997. – Т. 1. – 308 с.
221. Матвеева, Г.Г. Речевой выбор как прагмалингвистическая категория / Г.Г. Матвеева // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2011. – № 4. – С. 156–159.
222. Махлина, С.Т. Знаки, символы и коды культур Востока и Запада / С.Т. Махлина. – СПб: Алетейя, 2019. – 660 с.
223. Медведева, И.А. Вербальная самопрезентация: языковые средства и дискурсивные особенности создания положительного образа человека: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / И.А. Медведева. – Челябинск, 2013. – 24 с.
224. Мехонина, Е.Н. Коммуникативно-речевая категория враждебности / Е.Н. Мехонина // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. – 2015. – №18 (215). – Вып. 27.– С 149-158.
225. Милянчук, Н.С. Лингвопрагматическая категория некатегоричности высказывания в научном стиле современного русского языка: 10.02.01 / Н.С. Милянчук. – Владивосток, 2005. – 23 с.
226. Мироненко, С.А. Определение понятий «перформативность» и «перформанс» в научно-исследовательском дискурсе / С.А. Мироненко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2014. – №. 1 (134). – С. 69-74.

227. Миронова, Н.К. Религиозный дискурс, религиозный социолект и религиозный стиль - к проблеме определения понятия / Н.К. Миронова // Медиаскоп. – 2011. – №. 1. – С. 9.
228. Митягина, В.А. Тональность туристического интернет-дискурса / В.А. Митягина // Язык и культура в эпоху глобализации: сборник научных трудов по материалам второй международной научной конференции, в двух частях, 26 марта. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2015. – С. 69-76.
229. Михайлова, Е.В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг / Е.В. Михайлова. – Санкт-Петербург: Речь, 2007. – 223.
230. Михалева, О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / О.Л. Михалева. – Кемерово, 2004. – 21 с.
231. Могилевская, О.А. К определению идеологической коммуникативной тональности / О.А. Могилевская // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: сб. статей участников IV международной науч. конф., 25-26 апреля. – Челябинск: ООО «Издательство РЕКПОЛ», 2008. – Т. 25. – С. 449-451.
232. Можейко, М.А. Интерпретация / М.А. Можейко // Всемирная философия: Философия XX век / гл. ред. А.А. Грицанов. – М.: Аст, 2002. – С. 317-318.
233. Морозова, А.М. Дискурсивная специфика реализации юмористической тональности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А.М. Морозова. – Волгоград, 2013. – 19 с.
234. Моррис, Ч.У. Основания теории знаков / Ч.У. Моррис // Семиотика. – М., 1983. – С. 42.
235. Морские татуировки и татуировка Джека Воробья. [Электронный ресурс]. 2015. – Режим доступа: <https://66sean99.livejournal.com/74947.html> (дата обращения: 17.07.2024).

236. Москвин, В.П. Стилистика русского языка: приемы и средства выразительной и образной речи (общая классификация) / В.П. Москвин. – Волгоград: Учитель, 2000. – 197 с.
237. Мотеюнайте, И.В. Восприятие юродства русской литературой XIX-XX веков / И.В. Мотеюнайте. – Псков: Тип. ОЦНТ, 2006. – 32 с.
238. Муллинова, Т.А. Эмотивная лексика в художественном тексте: функционально-семантический аспект (на материале романов А. Белого «Котик Летаев» и «Крещеный китаец»): дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Т.А. Муллинова. – Краснодар, 2004. – 152 с.
239. Мухаметдинова, Т.Ю. Коммуникативная тональность комического политейнмента / Т.Ю. Мухаметдинова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2022. – № 1. – С.72–87.
240. Мягкова, Е.Ю. Проблемы и перспективы исследования эмоционального значения / Е.Ю. Мягкова // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: Диалог-МГУ, 2000. – Вып. 11. – 140 с.
241. Нартова-Бочавер, С.К. Психологическое пространство личности: монография / С.К. Нартова-Бочавер. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Прометей», 2005. – 312 с.
242. Недобух, С.А. Когнитивно-коммуникативная категория персональности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / С.А. Недобух. – Тверь, 2002. – 19 с.
243. Нерознак, В.П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины / В.П. Нерознак // Сборник науч. трудов Моск. гос. лингв. ун-та. – М., 1996. – Вып. – № 426. Язык. Поэтика. Перевод. – С. 112-116.
244. Нестерова, Т.В. Репрезентация прагмалингвистической категории косвенности в современных коммуникативных практиках / Т.В. Нестерова // Современная коммуникативистика: наука – практика – специальность: Всеросс. научно практическая конф. с междунар. участием, посвященная

80летию доктора педагогических наук, члена корреспондента РАЕН, заслуженного работника высшей школы Российской Федерации, главного редактора научного журнала «Современная коммуникативистика», первого декана факультета социальнокультурного сервиса и туризма Российского нового университета, проф. О.Я. Гойхмана, 20 июня. – М.: Российский новый университет, 2020. – С. 262-276.

245. Никитина, Л.Б. Императивная тональность общения с ребенком / Л.Б. Никитина, О.Л. Данилова // Славянские чтения. Вып. 16: Язык - текст - культура: материалы Всеросс. научно-практической конф., 19-20 мая. – Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2014. – 198 с. – С. 150-156.
246. Новикова, Л.В. Коммуникативные постулаты прагмалингвистики через призму категории «недосказанность (Understatement)» / Л.В. Новикова, О.А. Бондарь // Вестник Нижневартовского государственного университета. – 2013. – № 2. – С. 13–18.
247. Новикова, Э.Ю. Прагматические характеристики газетного политического текста / Э.Ю. Новикова // HOMO LOQUENS (Вопросы лингвистики и транслятологии). – 2004. – № 2. – С. 18-27.
248. Новоженова, З.Л. Модальность и тональность в эзотерическом тексте / З.Л. Новоженова // Категория модальности в речевой коммуникации: сб. научных трудов. Под редакцией И.Ю. Кукса, 29-30 сентября. – Калининград: Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2016. – С. 174-181.
249. Новоселова, О.В. Категориальная обусловленность коммуникативной справедливости / О.В. Новоселова // Инновационные технологии в АПК региона: достижения, проблемы, перспективы развития. – 2021. – С. 517-520.
250. Нуркова, В.В. Рассказывать о себе, рассказывать себя, рассказывать собой: автобиографический нарратив с позиций культурно-деятельностного подхода / В.В. Нуркова // Развитие личности. – 2010. – №. 1. – С. 73-96.

251. Обухова, Ю.О. Мобильный телефон как средство самопрезентации в межличностной коммуникации / Ю.О. Обухова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – Т. 14. – №. 2. – С. 119-138.
252. Овчинникова, И.Г. Что скрывается за термином "языковое сознание"? / И.Г. Овчинникова // Филологические заметки. – 2008. – Т. 1. – С. 4.
253. Огороднова, А.М. Негативная коммуникация как риск и ресурс в профессиональной деятельности журналиста / А.М. Огороднова // Евразийский Союз Ученых. – 2014. – №. 7-2. – С. 163-165.
254. Одинцова, В.А. Преднамеренная ложь в рекламе как стимулятор продаж / В.А. Одинцова, О.С. Рымаренко // Проблемы современного гуманитарного образования глазами молодежи: сб. материалов Второй Всероссийской конф. молодых исследователей. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», – 2014.– 344 с.
255. Олянич, А.В. Презентационная теория дискурса: монография / А.В. Олянич. – Москва: Гнозис, 2007. – 407 с.
256. Опарина, Н.А. Множественность факторов демонстративного потребления: эволюция исследований / Н.А. Опарина, Г.С. Цветкова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – №. 5. – С. 435-435.
257. Орлова Г., Дацкова Т. Дресс-код советского физика-ядерщика (в 110 фотографиях). [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://arzamas.academy/materials/2215> (дата обращения: 17.07.2024).
258. Осин, Р.В. Психология в эпоху постмодерна / Р.В. Осин // Актуальные проблемы исследования массового сознания: материалы 7-й международной научно-практической конференции, 24-25 марта 2023 г. – Москва Издательство: «Перо», 2023. – С. 252-258.
259. Основные тенденции развития поэтического языка XX-XXI вв. языковые уровни и их взаимодействие: сборник статей / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова РАН; отв. ред.: Н.А. Фатеева. – Москва: «Азбуковник», 2015. – 398 с.

260. Остин, Дж. Л. Слово как действие / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов: Сборник. – М.: Прогресс, 1986. – 423 с. – С. 22-131.
261. Павленко, Н.Г. Негативное самопредъявление и демонстративный нигилизм как отражение социальной ситуации развития личности / Н.Г. Павленко // Russian Journal of Education and Psychology. – 2012. – №. 12. – С. 27.
262. Палашевская, И.В. Судебный дискурс / И.В. Палашевская // Дискурс-Пи. – 2015. – Т. 12. – №. 3-4. – С. 164-166.
263. Палевский, Д.Ю. Неискренность в речевом общении / Д.Ю. Палевский // Карповские научные чтения: сб. науч. ст. Вып. 6: в 2 ч. Ч. 1. – Минск: «Белорусский Дом печати», 2012. – С. 257-261.
264. Панченко, Н.Н. Ложь в коммуникации / Н.Н. Панченко // Лаборатория коммуникативных исследований ВГПУ: мат-лы семинара. – М., 2004. – С. 25-27.
265. Панченко, Н.Н. Достоверность как коммуникативная категория: автореф. дис. д-ра филол. наук: 10.02.19 / Н.Н. Панченко. – Волгоград, 2010. – с. 45.
266. Петрова, Е.А. Знаки общения / Е.А. Петрова. – М.: Изд-во «Гном и Д», 2001. – 256 с.
267. Петрова, Л.А. Эстетическая тональность художественного значения / Л.А. Петрова // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. – 2015. – №. 5. – С. 13-19.
268. Петрова, Н.Н. К вопросу о гетерогенности негативной симптоматики при шизофрении / Н.Н. Петрова // Социальная и клиническая психиатрия. – 2020. – Т. 30, №. 1. – С. 81-87.
269. Пикулёва, О.А. Социальная психология самопрезентации личности: автореф. дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.05 / О.А. Пикулёва. – Санкт-Петербург, 2014. – 45 с.

270. Пирс, Ч.С. Что такое знак? / Ч.С. Пирс // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2009. – №. 3 (7). – С. 88-95.
271. Пискарёв, П.М. Homo beatus-человек метамодерна / П.М. Пискарёв // Власть и общество. – 2019. – №. 8. – С. 4-12.
272. Плотникова, С.Н. Перформанс в коммуникации: аспекты когнитивно-дискурсивного моделирования / С.Н. Плотникова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкоznание. – 2018. – Т. 17. – №. 4. – С. 229-239.
273. Погожая, С.Н. Способы выражения эмоциональности в языке (на примере эмоционального состояния «восхищение») / С.Н. Погожая // Научные ведомости Белгородского гос. ун-т. Серия: гуманитарные науки. – 2010. – № 18. – С. 124-130.
274. Поддубнова, А.А. Обеспечение оптимальной тональности интервью как социокоммуникативная задача / А.А. Поддубнова // HOMO LOQUENS (Вопросы лингвистики и транслятологии). – 2012. – С. 55-61.
275. Полторацкая, А. Татуировка как вид саморекламы / А. Полторацкая // Журналист. Социальные коммуникации. – 2015. – № 3-4 (19-20). – С. 156-164.
276. Полуйкова, С.Ю. Прагматический потенциал коммуникативной тональности / С.Ю. Полуйкова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2012. – №. 25. – С. 80-85.
277. Пономаренко, Е.А. Классификация речевых жанров институционального (медицинского) дискурса (на материале произведений русских писателей-врачей) / Е.А. Пономаренко // Жанры речи. – 2015. – №. 1 (11). – С. 117-121.
278. Поряднева, В.В. Стратегии и тактики манипулирования сознанием в политической коммуникации / В.В. Поряднева // Актуальные направления

- научных исследований: перспективы развития: материалы II всероссийской научно-практической конференции. – Чебоксары, 2023. – С. 102-104.
279. Поспелова, Ю.Ю. Педагогический дискурс и его характеристика / Ю.Ю. Поспелова // Вестник Костромского государственного университета. – 2009. – Т. 15. – №. 1. – С. 307-310.
280. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001. – 651 с.
281. Прилуцкий, А.М. Семиотическое пространство религиозного дискурса как предмет религиоведческого исследования: автореферат дис. ... д-ра философ. наук: 09.00.13 / А.М. Прилуцкий. – Санкт-Петербург, 2008. – 36 с.
282. Прокопович, Л.В. Визуализация культурной идентичности посредством костюмных украшений как форма театрализации повседневности / Л.В. Прокопович // ScienceRise. – 2016. – Т. 11. – №. 1 (28). – С. 15-19.
283. Пром, Н.А. Спортивный репортаж как речевой жанр газетно-публицистического стиля / Н.А. Пром // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2008. – №. 2. – С. 96-101.
284. Пушкарева, Н.В. Подтекст в художественном тексте: лингвистические средства выражения, семантические типы / Н.В. Пушкарева // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. – 2007. – №. 3. – С. 115-119.
285. Раменский, П.А. Конвергенция современных коммуникативных технологий как фактор пуэрилизации общества / П.А. Раменский // Сборники конференций НИЦ Социосфера, 28-29 октября. – Прага: Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ sro, 2015. – №. 48. – С. 52-54.
286. Реан, А.А. и др. Психология человека от рождения до смерти / А.А. Реан и др. – Москва: АСТ, 2015. – 656 с.
287. Розанова, Н.Н. Создание коммуникативного репутационного пространства «власть-общество» как направление формирования репутации власти / Н.Н. Розанова // Век качества. – 2012. – №. 4. – С. 22-24.

288. Розенталь, Д.Э. Практическая стилистика русского языка / Д.Э. Розенталь. – Москва: Высш. шк., 1974. – 352 с.
289. Романов, Д.А. Языковая репрезентация эмоций: уровни, функционирование и системы исследований: На материале русского языка: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.02.19 / Д.А. Романов. – Белгород, 2004. – 48 с.
290. Романова, К.С. Перформанс повседневной жизни / К.С. Романова // Дискурс-Пи. – 2014. – №1 (14). – С. 15-18.
291. Русакова, О.Ф. Шоу-политика: особенности дискурса / О.Ф. Русакова // Социум и власть. – 2009. – № 4 (24). – С 36-39.
292. Русакова, О.Ф. Коммуникативные стратегии перформативного дискурса / О.Ф. Русакова // Дискурс-Пи. – 2014. – Т. 11. – №. 1. – С. 12-14.
293. Рягузова, Е.В. Макияж как социокультурный код и средство фасилитации активности личности / Е.В. Рягузова // Внешний облик в различных контекстах взаимодействия: Материалы Всероссийской научной конференции. Под общей редакцией П.Н. Ермакова, В.А. Лабунской, Г.В. Серикова. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Кредо», 2019. – С. 79-80.
294. Саакян, Л.Н. Эвфемия как прагмалингвистическая категория в дискурсивной практике непрямого речевого убеждения: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Л.Н. Саакян. – Москва, 2010. – 23 с.
295. Савицкий, В.М. Культурные и лингвокультурные коды / В.М. Савицкий // Флагман науки. – 2023. – №. 3. – С. 3.
296. Селезнева, М.В. Лингвостилистические особенности рекламного дискурса в английском и русском языках (на материале бизнес-рекламы) / М.В. Селезнева, Н.А. Аверьянова // XI Авдеевские чтения: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2023. – С. 184-187.

297. Семухина, Е.А. Особенности реализации перлокутивной тональности во французском эзотерическом дискурсе / Е.А. Семухина // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2016. – №. 45. – С. 68-75.
298. Сергеева, Ю.А. Коммуникативная специфика передачи тональности сочувствия в английском художественном дискурсе / Ю.А. Сергеева, Я.В. Стриганкова // Социокультурные проблемы языка и коммуникации. – 2014. – С. 77-86.
299. Серебренникова, Е.Ф. Эго-персонология: когнитивные механизмы семиотизации / Е.Ф. Серебренникова // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2013. – №. 3 (24). – С. 129-133.
300. Серль, Дж.Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – 1986. – Вып. 17. – С. 150-168.
301. Серова, Т.С. Психология перевода как сложного вида иноязычной речевой деятельности / Т.С. Серова. – Пермь: Перм. гос. техн. ун-т., 2001. – 211 с.
302. Сидоренков, А.В. Деструкция в малых группах / А.В. Сидоренков // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2015. – Т. 13. – №. 4. – С. 68-71.
303. Синельникова, Л.Н. Признаки дискурсивной матрицы гуманитарного пространства нового века / Л.Н. Синельникова // Политическая лингвистика. – 2009. – № 29. – С. 56-68.
304. Ситаров, В.А. Соотношение ценностей и потребностей личности в современном обществе / В.А. Ситаров, Л.В. Романюк // Знание. Понимание. Умение. – 2016. – №. 4. – С. 124-130.
305. Сколота, З.Н. Самоидентификация и самопрезентация человека посредством творчества в виртуальном мире / З.Н. Сколота // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2014. – №. 3. – С. 198-205.

306. Скорик, Н.В. Языковая репрезентация эмоциональной парадигмы: на материале фразеологии английского языка: монография / Н.В. Скорик. – Москва: МПГУ: Прометей, 2013 (Прометей (ИД)). – 95 с.
307. Скрипкина, Т.П. Проблемы личностной мотивации нанесения татуировок / Т.П. Скрипкина, Ю.С. Скрябин // Современная прикладная психология: теория и практика: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 2-х томах. Том 1. – Москва: Московский государственный областной университет, 2017. – С. 231-234.
308. Слепцова, И.С. «Живой» дом: отражение пространства личности в современном интерьере / И.С. Слепцова // Традиционная культура. – 2011. – №. 2. – С. 43-55.
309. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: автореферат дис. ... доктора филол. наук: 10.02.19 / Г.Г. Слышкин. – Волгоград, 2004. – 39 с.
310. Смирнова, М.П. Фамильярная тональность в текстах современных российских таблоидных изданий / М.П. Смирнова // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. – 2009. – №. 1/2 (63). – С. 50-56.
311. Смыслова, С.Л. Концепт «учитель» в русском педагогическом дискурсе рубежа XIX-XX веков: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / С.Л. Смыслова. – Тюмень, 2007. – 23 с.
312. Соболева, Л.С. Изображения в интерьере русского дома / Л.С. Соболева // Восьмые Чупинские краеведческие чтения: материалы конференции, Екатеринбург, 16-17 февраля 2016 года. – Екатеринбург, 2019. – С. 40-52.
313. Созонник, А.В. Хайп как способ самопрезентации личности / А.В. Созонник // Специальное образование и социокультурная интеграция. – 2020. – №. 3. – С. 659-666.

314. Солганик, Г.Я. Стилистика современного русского языка и культура речи / Г.Я. Солганик, Т.С. Дроняева. – Москва: ACADEMIA, 2002. – 251 с.
315. Соловьева, Л.Н. Человек современной информационной эпохи: проблемы самоидентификации / Л.Н. Соловьева //Социум и власть. – 2015. – №. 4 (54). – С. 50-55.
316. Соломоник, А.Б. Очерк общей семиотики / А.Б. Соломоник. – 2012. – Изд. 2-е. – Москва: URSS, 2012. – 189 с.
317. Сороколетова, А.О. Потребление одежды в модной индустрии / А.О. Сороколетова, А.П. Абрамов // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйствственные аспекты: сборник научных статей 6-й международной научно-практической конференции: в 2 томах. Том 1. – Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2016. – С. 266-268.
318. Соссюр, Ф. Труды по языкоznанию / Ф. Соссюр. – М.: Прогресс, 1977. – 695 с.
319. Степанов, Ю.С. Семиотика / Ю.С. Степанов. – М.: Наука, 1971. – 144 с.
320. Стернин, И.А. Лексическое значение слова в речи: монография / И.А. Стренин. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. – 170 с.
321. Стернин, И.А. Русское и финское коммуникативное поведение / И.А. Стернин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 98 с.
322. Стернин, И.А. Коммуникативные аспекты толерантности / И.А. Стернин, К. М. Шилихина. – Воронеж: Истоки, 2001. – 136 с.
323. Стернин, И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж: Издательство Воронежского ун-та, 2001. – 220 с.
324. Стернин, И.А. Основы речевого воздействия / И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2009. – 178 с.
325. Супрун, В.И., Эстетико-эмоциональное оформление речи личности и расширение коммуникативных возможностей языка / В.И. Супрун, А.В. Данилов // Язык – текст – дискурс: дискурсивное

измерение языковых процессов: сборник научных статей по материалам VIII международной научной конференции, 28-30 марта 2022. – Самара: Самарская гуманитарная академия, 2022. – С. 83-90.

326. Тагильцева, Ю.Р. Субъективная модальность и тональность в политическом интернет-дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Ю.Р. Тагильцева. – Екатеринбург, 2006. – 22 с.
327. Талецкая, Т.Н. Подтекст как pragматическое средство манипулирования поведением собеседника / Т.Н. Талецкая // Веснік Мазырскага дзяржаўнага педагогічнага ўніверсітэта імя ІП Шамякіна. – 2023. – №. 1 (61). – С. 149-153.
328. Тарасов, Е.Ф. Проблемы теории речевого общения / Е.Ф. Тарасов // Вопросы психолингвистики. – 2010. – № 12. – С. 20-26.
329. Тахтарова, С.С. Категория коммуникативного смягчения: когнитивно-дискурсивный и этнокультурный аспекты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / С.С. Тахтарова. – Волгоград, 2010. – 40 с.
330. Теркулов, В.И., Тамерьян, Т.Ю. Языковая идентификация и идентичность / В.И. Теркулов, Т.Ю. Тамерьян // Политическая лингвистика. – 2023. – 1 (97). – С. 27-34.
331. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – 624 с.
332. Тивьяева, И.В. Мнемический нарратив в когнитивно-коммуникативной перспективе / И.В. Тивьяева // Русистика и компаративистика. – 2020. – Т. 14. – С. 145-163.
333. Тисленкова, И.А. Возрастные характеристики речи персонажей современной английской драматургии (80-е годы XX века): дисс ... канд. филол. наук: 10.02.19 / И.А. Тисленкова. – Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. пед. ун-та, 2004. – 220 с.

334. Тисленкова, И.А. Самопрезентация как ведущий признак коммуникативной демонстративности / И.А. Тисленкова // Вопросы журналистики, педагогики, языкоznания. – 2023. – Т. 42. – №. 3. – С. 576-584.
335. Тисленкова, И.А. Семантика явной коммуникативной демонстративности / И.А. Тисленкова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2024а. – №. 1. – С. 14-20.
336. Тисленкова, И.А. Положительная коммуникативная демонстративность в современном персональном дискурсе / И.А. Тисленкова // Гуманитарный научный вестник. – 2024б. – № 11. – С. 111-118.
337. Тисленкова, И.А. Реализация отрицательной коммуникативной демонстративности в персональном дискурсе / И.А. Тисленкова // Гуманитарные исследования. История и филология. – 2024в. – №. 16. – С. 71-81.
338. Тисленкова, И.А. Языковая репрезентация положительной нарративной демонстративной тональности в современном персональном дискурсе / И.А. Тисленкова // Верхневолжский филологический вестник. – 2024г. – №. 1 (36). – С. 156-162.
339. Тисленкова, И.А. Дискурсивные характеристики отрицательной манипулятивной коммуникативной демонстративности / И.А. Тисленкова // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2024д. – Т. 30. – № 1. – С. 167-174.
340. Тисленкова, И.А. Коммуникативная демонстративность в юридическом дискурсе / И.А. Тисленкова // Филология и человек. – 2024е. – № 3. – С. 7-21.
341. Тисленкова, И.А. коммуникативный демонстратив: сущность и виды / И.А. Тисленкова // Преподаватель XXI век. – 2024ж. – № 2-2. – С. 458-467.
342. Тисленкова, И.А. Средства выражения и функции ситуативно-дискурсивной демонстративности в персональном и институциональном

дискурсах / И.А. Тисленкова // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. – 2025а. – №1. – С. 5-17.

343. Тисленкова, И.А. Коммуникативное выражение явной демонстративности в научном дискурсе / И.А. Тисленкова // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Границы познания». – 2025б. – № 2 (97). – С. 93-98.
344. Титс, Ж. Об алгебраических аналогах комплексных полупростых групп / Ж. Титс: коллоквиум по высшей алгебре. Брюссель, 19 - 22 декабря 1956 г. Бельгийский центр математических исследований, Эстаблишмент Сеутеријк, Лувен. – Париж: Librairie Gauthier-Villars, 1957. – С. 261–289.
345. Толстых, А.В. Возрасты жизни / А.В. Толстых. – М. Молодая Гвардия, 1988. – 223 с.
346. Тошович, Б. Экспрессивный синтаксис глагола русского и сербского/хорватского языков / Б. Тошович. – М.: Языки славянской культуры, 2006. – 561 с.
347. Троилина, И.А. Функционально-семантический подход в изучении проблемы языковой эмотивности / И.А. Троилина // Язык и эмоции: сб. научн. тр. – Волгоград: Перемена, 1995. – С. 60-68.
348. Тропникова, В.А., Маленова, А.Ю. Структура и социально-психологические особенности личной эффективности руководителей / В.А. Тропникова, А.Ю. Маленова // Вестник Омского университета. Серия «Психология». – 2023. – №. 1. – С. 6-16.
349. Троцук, И.В. Социальные функции одежды: костюм как объект социологического интереса / И.В. Троцук, А.В. Морозова // Обсерватория культуры. – 2015. – №. 2. – С. 97-103.
350. Туликова, С.Е. Прагмалингвистические характеристики речевого этикетного жанра «комpliment» в аспекте коммуникативной тональности /

- С.Е. Туликова // Вестник Саратовской государственной академии права. – 2007. – №. 6. – С. 237-239.
351. Тульчинский, Г.Л. Советско-российский вклад в развитие социальной семиотики в 1970-2000-е гг. / Г.Л. Тульчинский // Наследие. – 2021. № 1. – С. 37-54.
352. Туманова, Е.О. Политический дискурс как метадискурс в таксономии дискурсивных практик (лингвистический аспект) / Е.О. Туманова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2023. – Т. 16. – №. 3. – С. 925-931.
353. Тупикова, С.Е. Понятие коммуникативной тональности (модальность и тональность) / С.Е. Тупикова // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – №. 1. – С. 247-251.
354. Тупикова, С.Е. Особенности репрезентации и интерпретации иронической тональности / С.Е. Тупикова // Наука: Прошлое, Настоящее, Будущее. – Уфа: Аэтерна, 2015. – С. 117-120.
355. Тупикова, С.Е. Манипулятивная тональность в англоязычных текстах / С.Е. Тупикова // Язык. Социум. Культура: сб. материалов конф., 20 ноября. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», 2016. – С. 62-67.
356. Фактуллина, А.Ф. Эмфаза в английском языке и особенности её перевода на русский язык / А.Ф. Фактуллина // Актуальные проблемы современной филологии: сб. материалов III Междунар. молодежной научно-практической конф., посвященной 100-летию образования Республики Башкортостан и 110-летию создания Башкирского государственного университета, 10 апреля. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2019. – С. 191-195.

357. Федорова, Н.А. Личностные и ситуационные факторы выбора вербальных техник самопрезентации: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Н.А. Федорова. – Москва, 2007. – 28 с.
358. Филатова, Н.П. Эмотивная тональность в английском тексте делового письма / Н.П. Филатова // Язык и мир изучаемого языка. – 2015. – №. 6. – С. 206-210.
359. Формановская, Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н.И. Формановская. – М.: Икар, 2007. – 480 с.
360. Фрейдина, Е.Л. Тональность речевого общения и ее просодические маркеры / Е.Л. Фрейдина // Преподаватель XXI век. – 2015. – Т. 2. – №. 1. – С. 282-289.
361. Фурманов, И.А. Психодиагностика и психокоррекция личности / И.А. Фурманов, Л.А. Пергаменщик. – Минск: Народная асвета. – 1998. – 64 с.
362. Хабибрахманова, Ю.Р. Категория тональности в жанре очерка / Ю.Р. Хабибрахманова // Лингвистика: бюллетень Урал. лингвист. о-ва. – 2004. – Т. 14. – С.179-185.
363. Хакимова, Г.Ш. Феномен слухов как объект штудий в современной отечественной лингвистике: систематический обзор / Ш.Г. Хакимова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – №. 6. – С. 1705-1712.
364. Хальбвакс, М. Индивидуальное сознание и коллективный разум / М. Хальбвакс // Философские науки. – 2015. – №. 9. – С. 105-115.
365. Хамзина, Р.Я. Теоретические основы проектирования спецкурса «Психология в дизайне интерьера» / Р.Я. Хамзина, А.В. Дорофеев // Современное образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей VIII международной научно-практической конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2017. – С. 257-260.
366. Ходоренко, А.В. Лингвистический гештальт: проблема дефиниции, принципы конструирования / А.В. Ходоренко // Ученые записки Крымского

- федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2011. – Т. 24. – №. 1-1. – С. 191-197.
367. Хутыз, И.П. Академический дискурс: культурно-специфическая система конструирования и трансляции знаний / И.П. Хутыз. – М.: Флинта, 2018. – 171 с.
368. Хухлаева, О.В. Кризисы взрослой жизни / О.В. Хухлаева. – М.: Генезис, 2009. – 205 с.
369. Целуйко, В.М. Психология нетрадиционных религий в современной России / В.М. Целуйко. – Волгоград: Принт-Терра Дизайн, 2004. – 206 с.
370. Цыганкова, П.В. Самовыражение или эпатаж? Какая мотивация стоит за телесными модификациями, с точки зрения женщин с наличием и отсутствием татуировок / П.В. Цыганкова, Л.Р. Цамерян // Вестник Вятского государственного университета. – 2019. – №. 4. – С. 106-116.
371. Черниговская, Т.В. Еще раз о мозге и семиозисе: можно ли найти точку в нейросетях? / Т.В. Черниговская // Вопросы философии. – 2021. – №. 6. – С. 5-13.
372. Чернов, А. 12 пациентов и их психотипы [Электронный ресурс] / А. Чернов // Катренстиль. Онлайн журнал для фармацевтов и медицинских работников – Режим доступа: https://www.katrenstyle.ru/ethics/12_patsientov_i_ih_psihotipyi (дата обращения: 25.05.2024).
373. Чернявская, В.Е. Научный дискурс: выдвижение результата как коммуникативная и языковая проблема / В.Е. Чернявская. – М.: Ленанд, 2017. – 139 с.
374. Четыркина, И.В. Перформативность речевых практик как конститутивный признак культуры: этническая и историческая перспектива: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / И.В. Четыркина. – Краснодар, 2006. – 32 с.

375. Чиглинцева, Д.В. Неискренний дискурс: особенности функционирования / Д.В. Чиглинцева //Актуальные проблемы лингвистики: Взгляд молодых исследователей: сб. статей. Вып. 3. – Челябинск: Энциклопедия, 2018. – С. 155-160.
376. Чурилина, Л.Н. «Языковая личность» в художественном тексте: монография / Л.Н. Чурилина. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 240 с.
377. Шаманова, М.В. Коммуникативная категория в языковом сознании (на материале категории общение): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / М.В. Шаманова. – Воронеж, 2009. – 37 с.
378. Шамне, Н.Л. Особенности лексического состава медицинского научно-популярного дискурса (на материале немецкоязычных интернет-изданий) / Н.Л. Шамне, Е.В. Шишкина // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкоznание. – 2018. – Т. 17. – №. 4. – С. 170-179.
379. Шамъенова, Г.Р. Принцип вежливости как особая коммуникативно-прагматическая категория в русском речевом общении: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Г.Р. Шамъенова. – Саратов, 2000. – 22 с.
380. Шаховский, В.И. К теоретической и прикладной лингвистике эмоций / В.И. Шаховский // Филология. Philologica. Краснодар. – 1995. – №. 7. – С. 49-52.
381. Шевченко, И.С. Дискурс и его категории / И.С. Шевченко // Язык. Текст. Дискурс. – 2012. – № 10. – С. 64-72.
382. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01; 10.02.19 / Е.И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 440 с.
383. Шестак, Л.А. Рекламный текст: ценности меняющегося мира / Л.А. Шестак // Вестник Вологодского государственного университета. Серия: Исторические и филологические науки. – 2024. – № 4 (35). – С. 100-105.
384. Шилина, Н.А. Имидж как средство самопрезентации личности в современном социокультурном пространстве / Н.А. Шилина, Н.Б.

- Кокуашвили, С.И. Самыгин // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – №. 10. – С. 98-101.
385. Шилихина, К.М. Абсурд в ироническом дискурсе / К.М. Шилихина // Абсурд в языке и коммуникации. Сборник статей. Москва, 2020. С. 44-54.
386. Шишкина, Е.Н. Тональность в художественном тексте и его переводе / Е.Н. Шишкина // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: тезисы докладов международной научной конференции, 27 апреля.— Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2021.— С. 102-103.
387. Шкуратова, И.П. Оформление внешности как средство самовыражения личности / И.П. Шкуратова // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2009. – Т. 7. – №. 2. – С. 33-36.
388. Шмагина, Ю.Д. Проблема кризиса среднего возраста в отечественной и зарубежной науке / Ю.Д. Шмагина // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2017. – Т. 23. – № 2. – С. 97-99.
389. Шнырёва, О.А. Татуировка как социальное письмо / О.А. Шнырёва // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». – 2009. – №. 1. – С. 103-106.
390. Шрайдман, Т.В. Дискурсивно-ситуативная отнесенность употребления средств образности в монологическом высказывании / Т.В. Шрайдман // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2012. – №. 6 (45). – С. 129-137.
391. Щербинина Ю.В. Педагогический дискурс. Мыслить-говорить-действовать. Учебное пособие / Ю.В. Щербинина. – Москва: Флинта: Наука, 2010. – 438 с.

392. Эгамбердиева, Ш.Д., Эгамбердиева, Ф.О. Рекламный текст как особый вид дискурса / Ш.Д. Эгамбердиева, Ф.О. Эгамбердиева // Academic research in educational sciences. – 2021. – №. 1 (2). – С. 102-109.
393. Экман, П. Психология лжи: обмани меня, если сможешь / П. Экман. – Санкт-Петербург: Питер, 2016. – 460 с.
394. Эпштейн, О.В. Семантико-прагматические и коммуникативно-функциональные категории политического дискурса / О.В. Эпштейн // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2008. – №. 2. – С. 150-156.
395. Юйжуй, В. Языковые особенности освещения проблем азиатско-тихоокеанского региона в общественно-политических СМИ России / В. Юйжуй // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2023. – №2. – С. 105-108.
396. Ярославцева, Я.А. Специфика внешнеполитического дискурса / Я.А. Ярославцева // Филология и культура. – 2015. – №. 4 (42). – С. 185-191.
397. Яцухно, О.Н. Цифровая аутоагрессия в подростковом возрасте / О.Н. Яцухно // Психологическая студия: сборник статей лицеистов, студентов, магистрантов, аспирантов, молодых исследователей кафедры психологии ВГУ имени П.М. Машерова. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2023. – Вып. 16. – С. 264–266.
398. Adams, J. Marked Difference: Tattooing and Its Association with Deviance in the United States / J. Adams // Deviant Behavior. – 2009. – Vol. 30. – Pp. 266–292. DOI: 10.1080/01639620802168817.
399. Archetti, C. The impact of new media on diplomatic practice: an evolutionary model of change / C. Archetti // The Hague Journal of Diplomacy. – 2012. – Vol. 7. – No. 2. – Pp. 181-206.
400. Arkin, R.M. Self-presentation styles / R.M. Arkin // Impression management theory and social psychological research. – 1981. – Vol. 311. – Pp.

401. Bauer, J.J. The transformative self: Personal growth, narrative identity, and the good life / J.J. Bauer. – Oxford: Oxford University Press, 2021. – 720 p.
402. Bauman, R. Verbal art as performance / R. Bauman // American anthropologist. – 1975. – Vol. 77. – №. 2. – Pp. 290-311.
403. Bourdieu, P. Photography: A Middle-brow Art / P. Bourdieu. – California: Stanford University Press, 1990. – 289 p.
404. Brazil, D. The Communicative Value of Intonation in English / D. Brazil. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 204 p.
405. Bueno-Pacheco, A. et al. Ego-integrity and its relationship with sense of coherence, satisfaction, self-efficacy, and depression / A. Bueno-Pacheco et al. // Current Psychology. – 2023. – Vol. 42. – No 8. – Pp. 6439-6446.
406. Cherry, K. Murray's Theory of Psychogenic Needs How Needs Might Influence Personality [Electronic resource] 2023 / K. Cherry // Verywell mind. – 2023. – Mode of access: <https://www.verywellmind.com/murrays-theory-of-psychogenic-needs-2795952>. (date of access: 14.10.2024).
407. Chivers, L. Body adornment: Piercings and tatoos / L. Chivers // Nursing Standard (through 2013). – 2002. – Vol. 16. – No 34. – Pp. 41.
408. Dings, R., Newen, A. Constructing the past: The relevance of the narrative self in modulating episodic memory / R. Dings, A. Newen // Review of Philosophy and Psychology. – 2023. – Vol.14. – No 1. Pp. 87-112.
409. Fisher, J. Tattooing the body, marking culture / J. Fisher // Body and Society. – 2002. – Vol. 8. – No 4. – Pp. 91–97.
410. Foucault, M. The Archeology of Knowledge / M. Foucault. – L.: Tavistock, 1977. – 218 p.
411. Frege, G. Über Sinn und Bedeutung / G. Frege // Zeitschrift für Philosophie und Philosophische Kritik. – No. 100. – 1892. – Pp. 25–50.
412. Gilboa, E. Media diplomacy: Conceptual divergence and applications / E. Gilboa // Harvard International Journal of Press/Politics. – 1998. – Vol. 3. – No. 3. – Pp. 56-75.

413. Goffman, E. Relations in Public. Microstudies of the Public Order / E. Goffman. – New York: Harper & Row, 1971. – 423 p.
414. Halliday, M.A.K. Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning / M.A.K. Halliday. – London: Edward Arnold, 1978. – 256 p.
415. Hart, W. Designing one's authentic identity: Self-proclaimed authentic people report self-presentation agendas to seem authentic to audiences / W. Hart, Ch.K. Cease, J.T. Lambert, K. Garrison // Personality and Individual Differences. – 2023. – Vol. 201. – Pp.111941.
416. Hill, C.A. Affiliation motivation: People who need people... but in different ways / C.A. Hill // Journal of Personality and Social Psychology. – 1987. – Vol. 52. – No 5. – Pp. 1008. doi:10.1037/0022-3514.52.5.1008
417. Hodge R., Kress G. Social Semiotics. – Cambridge: Polity Press, 1988. – 285 p.
418. Hyden, L.C. Illness and Narrative / L.C. Hyden // Sociology of Health & Illness. – 1997. – Vol. 19 – No 1. – Pp. 48.
419. Ipsen, G. Der alte Orient und die Indogermanen / G. Ipsen // Stand und Augaben der Sprachwissenschaft. Hdlb. – 1924. – 289 p.
420. Jones, E.E. Toward a general theory of strategic self-presentation / E.E. Jones, T.S. Pittman // Psychological perspectives on the self. – Hillsdale, NJ: Erlbaum. – 1982. – Vol. 1. – Pp. 231-261.
421. Karl, P.A. Media diplomacy / P.A. Karl // Proceedings of the Academy of Political Science. – 1982. – Vol. 34. – No. 4. – Pp. 143-152.
422. Krämer, N.C. Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites / N.C. Krämer, S. Winter // Journal of media psychology. – 2008. – Vol. 20. – №. 3. –Pp. 106-116.
423. Kress, G. Language as Ideology / G. Kress. – London; Boston: Routledge & Kegan Paul, 1979. – 163 p.

424. Martín-Talavera, L. et al. Self-Concept and Self-Esteem, Determinants of Greater Life Satisfaction in Mountain and Climbing Technicians and Athletes / L. Martín-Talavera et al. // European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education. – 2023. – Vol. 13. – No 7. – Pp. 1188-1201.
425. Mey, J.L. *Pragmatics. An Introduction* / J.L. Mey. – USA, UK: Blackwell Publishers, 2001. – 500 p.
426. Mironova, M.Y. *Scientific Discourse: Evolution of Theoretical and Methodological Approaches and Concepts* / M.Y. Mironova // Discourse. – 2023. – No 9 (2). – Pp.138.
427. Pamment, J. *The mediatization of diplomacy* / J. Pamment // The Hague Journal of Diplomacy. – 2014. – Vol. 9. – No. 3. – Pp. 253-280.
428. Pelepeichenko, L. *Military discourse* / L. Pelepeichenko // *Folia Linguistica et Litteraria*. – 2022. – No 40. – Pp. 209-228.
429. Plutchik, R. *The emotions* / R. Plutchik. – Lanham. New York. London: University Press of America, 1991. – 216 p.
430. Schechner, R. *Performance Studies* / R. Schechner. – London; New York: Routledge, 2013. – 363 p.
431. Schlenker, B.R. *Carryover effects of feeling socially transparent or impenetrable on strategic self-presentation* / B.R. Schlenker, S.A. Wowra // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2003. – Vol. 85. – No. 5. – Pp. 871.
432. Smith, T.W. *The Book of Human Emotions: From Ambiguphobia to Umpty –154 Words from Around the World for How We Feel* / T.W. Smith. – London: Little, Brown Spark, 2016. – 336 p.
433. Sontag, S. *On photography* / S. Sontag. – New York: Farrar, Straus & Giroux, 1977. – 207 p.
434. Steinitz, E. *Algebraische Theorie der Körper* / E. Steinitz // *Crelle*. – 1910. – No. 137. – Pp. 167-309.

435. Suler, John. The Online Disinhibition Effect / John Suler // *Cyberpsychology & behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*. – 2004. – No 7. – Pp. 321-326. doi: 10.1089/1094931041291295.
436. ul Haq, S. Russia's Digital Diplomacy and Cyber Governance: Strategic Narratives, Hybrid Tactics, and Global Implications (2000 2025) / S. ul Haq // ASSAJ. – 2025. – Vol. 3. – No. 2. – Pp. 1287-1302.
437. Van Leeuwen, T. Introducing Social Semiotics / T. Van Leeuwen. – L.: Routledge, 2005. – 314 p.
438. Vijayaraghavan, P. Modeling human motives and emotions from personal narratives using external knowledge and entity tracking / P. Vijayaraghavan, D. Roy // Proceedings of the Web Conference 2021. – 2021. – Pp. 529-540.
439. Xu, X. Taxonomy of Psychogenic Needs (Murray) [Electronic resource] / X. Xu, D. Mellor, S.J. Read // Encyclopedia of Personality and Individual Differences. – Springer International Publishing, 2017. – Mode of access: https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_557-1 (date of access: 12.01.2024).

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ И ПРИНЯТЫХ СОКРАЩЕНИЙ

1. БПС – Большой психологический словарь / под ред. Мещерякова Б.Г., Зинченко В.П.. 4-е изд., расш. – М.: АСТ; Санкт-Петербург: Прайм-Еврознак, 2009. – 811 с.
2. ИСР – Идеографический словарь русской социальной лексики: общество и человек / под ред. Леонтьевой Т.В. – Екатеринбург: Ажур, 2018. – 554 с.
3. ППС – Психолого-педагогический словарь. – Алматы: MLD-GUL, 2011. – 367 с.

4. РАС – Русский ассоциативный словарь: от стимула к реакции (около 7000 стимулов): В 2 т. / Ю.Н. Караполов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева. – М.: ООО «Изд-во Астрель»; ООО «Изд-во АСТ», 2002. – Т. 1. – 784 с.
5. СИС – Словарь иностранных слов современного русского языка / под ред. Егоровой Т.В. – М.: «Аделант», 2014. – 800 с.
6. СРЛЯ - Словарь современного русского литературного языка: в 17 т. – М.; Ленинград: Изд. Акад. наук СССР в Л., 1963. – Т. 15. – 648 с.
7. СРС – Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / под ред. Абрамова Н. – М.: Русские словари, 1999. – 575 с.
8. СРЯ – Словарь русского языка XVIII века / АН СССР/ под ред. Сорокина Ю. С. Ин-т рус. яз. – Л.: Наука. Ленингр. отд., 1984-1991. – 224 с.
9. ТС – Толковый словарь русского языка / под ред. Ожегова С.И., Шведовой Н.Ю. – М.: Азъ, 2010 г. – 988 с.
10. ФС – Философский словарь / под ред. Фролова И.Т. – М.: Республика, 2001. – 719 с.

ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

1. Аббатство Даунтон. [Видеозапись фильма] / Реж. Дж. Феллоуз, Ш. Стефенсон. – ITV Studios Carnival Films, 2010.
2. Александр Михайлов. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2017. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/2474359206091917426> (дата обращения: 07.02.2023).
3. Алексей Мишин благодарит каждого своего спортсмена [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: <https://salda.ws/video.php?id=REzAGQ6qwIg> (дата обращения: 12.04.2024).
4. Алексей Петренко. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2017. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/1649589> (дата обращения: 07.02.2023).

5. Анализ дела Ронни О'Нила / Кричащий путь к обвинительному приговору [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/13521800071430017413> (дата обращения: 12.04.2024).
6. Анатолий Равикович. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2012. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/195135> (дата обращения: 07.02.2023).
7. Аргументы и факты 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aif.ru/gazeta/archive/edition/0/year/2023> (дата обращения: 23.08.2025).
8. Белые одежды [Видеозапись фильма] / Реж. Л. Белозорович. – Беларусьфильм, Творческое объединение «Экран», 1993.
9. Богатые тоже плачут [Видеозапись фильма] / Реж. Р. Банкъелс, Ф. Чакон. – Televisa, 1979.
10. Большая перемена [Видеозапись фильма] / Реж. А. Коренев. – Киностудия «Мосфильм». Творческое объединение «Телефильм», 1972.
11. Брифинг М. В. Захаровой, 28 февраля 2024 г. [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/0a369488179a1d4d622ce0b5587f1bfb/> (дата обращения: 10.01.2023).
12. Бронте, Ш. Джейн Эйр [Электронный ресурс] 1847. / Ш. Бронте. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_004933113/ (дата обращения: 17.03.2023).
13. Брэдбери, Р. Человек в картинках [Электронный ресурс]. 1951 / Р.Брэдбери. – Режим доступа: <https://raybradbury.ru/library/collections/2/> (дата обращения: 17.07.2024).
14. Вадим Репин. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/2331703> (дата обращения: 20.03.2023).
15. Вайнер, А.А. Эра милосердия [Электронный ресурс] 1975 / А.А. Вайнер, Г.А. Вайнер. – Режим доступа: <https://www.litres.ru/podcast/fedor-zamyckiy/era-miloserdija-knigovorot-71337554/> (дата обращения: 20.05.2023).

16. Валентин Гафт. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2017. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/b56fa545798dc1bfe09bfa3e2b46ac36/> (дата обращения: 17.03.2023).
17. Валентина Талызина. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2020. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/1167795> (дата обращения: 05.03.2023).
18. Василий Небензя. Интервью BBC 20.02.2024 [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/0da271aaf6fe442736d1ca348f8bd686/> (дата обращения 15.08.2024).
19. Виктор Проскурин. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2013. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/1626859> (дата обращения: 12.03.2023).
20. Встреча с избирателями [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: https://vk.com/wall-172264951_1028 (дата обращения: 10.09.2023).
21. Встречи на Моховой. Вера Глаголева [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/9b240d2179e6054f0f6c05563b128e05/> (дата обращения: 08.05.2024).
22. Встречи на Моховой. Людмила Гурченко [Электронный ресурс]. 2010. – Режим доступа: <https://www.5-tv.ru/programs/broadcast/505796/> (дата обращения: 08.09.2024).
23. Встречи на Моховой. Ольга Аросева [Электронный ресурс]. 2010. – Режим доступа: <https://www.5-tv.ru/video/506050/> (дата обращения: 08.09.2024).
24. Встречи на Моховой. Светлана Крючкова [Электронный ресурс]. 2008. – Режим доступа: <https://www.5-tv.ru/video/501779/> (дата обращения: 12.01.2024).
25. Вся правда операции Дианы Ивановой. Принцесса Диана и доктор Шбайр [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа:

<https://yandex.ru/video/preview/1871393086921772665> (дата обращения: 05.05.2025).

26. Газпром-нефть [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: https://vk.com/gazprom_neft (дата обращения: 10.11.2023).

27. Гейнце, Н.Э. Аракчеев [Электронный ресурс]. 1893. / Н.Э. Гейнце. – Режим доступа: https://kartaslov.ru/русская-классика/Гейнце_Н_Э/Аракчеев/23#p886 (дата обращения: 10.11.2023).

28. Говорит и показывает Ирада Зейналова [Электронный ресурс]. 2016. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/video/590047/> (дата обращения: 31.07.2023).

29. Гоголь, Н. Мертвые души [Электронный ресурс]. 1835 / Н. Гоголь. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/010000_000060_ART-02db2e1d-53b5-41cf-af91-b213219552ad/ (дата обращения: 08.09.2024).

30. Гончаров, И.А. Обыкновенная история [Электронный ресурс]. 1847 / И.А. Гончаров. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_bibl_1660001/ (дата обращения: 31.07.2023).

31. Двенадцать психотипов пациентов [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/d0be8d0b0e18a5ac390370fd800b020b/> (дата обращения: 05.01.2024).

32. Дела судебные с Алисой Туровой. Битва за будущее. Эфир от 21.09.2023 [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/14346656472518621866> (дата обращения: 10.09.2023).

33. Дело Криса Уоттса, ч.1 | JCS на русском [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/258898257216403933> (дата обращения: 10.09.2023).

34. Дело Криса Уоттса, ч.2 Полиграф | JCS на русском [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа:

- <https://yandex.ru/video/preview/15419861386736931047> (дата обращения: 10.09.2023).
35. Делон, Д. В ореоле тьмы / Д. Делон. – М.: Clever, 2022. – 528 с.
36. День рождения на Мальдивах в самом дорогом отеле! [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/bb15e8d5daf49695eb13e09e41b1df4a/?t=22> (дата обращения: 19.07.2023).
37. Джейн, А. Твое сердце будет разбито / А. Джейн. – М.: Clever, 2022. – 544 с.
38. Диккенс, Ч. Большие надежды [Электронный ресурс]. 1860 / Ч. Диккенс. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_02000032759/ (дата обращения: 08.09.2024).
39. Документальный фильм «Ирина Винер 75 лет» [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/17713553537116722634> (дата обращения: 12.04.2024).
40. Достоевский, Ф. Двойник. Петербургская поэма [Электронный ресурс]. 1846 / Ф. Достоевский. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003864177_100869/ (дата обращения: 12.04.2024).
41. Достоевский, Ф. Преступление и наказание [Электронный ресурс]. 1865 / Ф. Достоевский. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/010000_000060_ART-8f382c81-78f9-4575-bf21-4cfcd2439626/ (дата обращения: 11.09.2024).
42. Достоевский, Ф. Идиот [Электронный ресурс]. 1868 / Ф. Достоевский. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/010000_000060_ART-da3bdb53-9489-4c32-9d7e-a09bdad89c6b/ (дата обращения: 11.09.2024).

43. Достоевский, Ф. Бесы [Электронный ресурс]. 1872 / Ф. Достоевский. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/010000_000060_ART-5ad4ba38-eb20-46ec-acde-1b07cd7131cf/ (дата обращения: 12.04.2024).
44. Достоевский, Ф. Подросток [Электронный ресурс]. 1875 / Ф. Достоевский. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/010000_000060_ART-d356b07f-7750-413d-bbb8-88d7251142e2/ (дата обращения 06.08.2023).
45. Достоевский, Ф. Братья Карамазовы [Электронный ресурс]. 1880 / Ф. Достоевский. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/010000_000060_ART-31b53fe8-7749-4888-9eb8-7d3cb41505f5/ (дата обращения: 12.04.2024).
46. Дудинцев, В. Белые одежды [Электронный ресурс]. 1966 / В. Дудинцев. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_02000022040/ (дата обращения: 11.07.2024).
47. Дьявол носит Prada [Видеозапись фильма] / Реж. Д. Фрэнкель. – 20th Century Fox, 2006.
48. Дюма, А. Граф Монте Кристо [Электронный ресурс]. 1846 / А. Дюма. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_rc_2647644/ (дата обращения: 14.05.2024).
49. Дюма, А. Робин Гуд – король разбойников. Робин Гуд в изгнании. 1872 / А. Дюма. – М.: ФРЭД. – 1996. – 432 с.
50. Евгения Добровольская. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: https://vk.com/video-85393518_456257944 (дата обращения: 15.06.2024).
51. Ералаш № 46. «40 чертей и одна зелёная муха». Реж. Э. Гаврилов, Г. Курлаев. Киностудия имени М. Горького [Электронный ресурс]. 1984. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/6100737163576747244> (дата обращения: 15.06.2024).
52. Зимин, И. Двор российских императоров. Энциклопедия жизни и быта [Электронный ресурс]. 2014 / И. Зимин. – Режим доступа: <https://kartaslov.ru> (дата обращения: 14.05.2024).

53. Идущий к Реке. Монолог [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/18380405891704924718> (дата обращения: 19.07.2023).
54. Ильф И., Петров Е. Двенадцать стульев [Электронный ресурс]. 1927 / И. Ильф, Е. Петров. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_009200723/ (дата обращения: 11.04.2024).
55. Интервью с генеральным директором УК «Станция» Алексеем Макаровым. 28.02.2022 [Электронный ресурс]. 2022. Режим доступа: <https://hotelier.pro/interviews/item/intervyu-s-generalnym-direktorom-uk-stantsiya-alekseem-makarovym/> (дата обращения: 10.11.2023).
56. Как стать моделью 50+. Ольга Шатыко ломает стереотипы [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/11512600030241016341> (дата обращения: 10.03.2024).
57. КЗУР – Картотека записей устной речи.
58. Класс [Видеозапись фильма] / Реж. И. Рааг. – Amrion Eesti Televisioon, 2007.
59. Константин Райкин. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2016. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/3048e6444bd671cd2ba7e9c5bf44bfb0/?t=1> (дата обращения: 08.08.2023).
60. Корчак [Видеозапись фильма] / Реж. А. Вайда. – Perspektywa, BBC, Erato Films, Erbograph Co, 1990.
61. Крамер против Крамера [Видеозапись фильма] / Реж. Р. Бентон. – Columbia Pictures, Stanley Jaffe Production, 1979.
62. Крелин, Ю. Суeta / Ю. Крелин. – М.: Советский писатель. – 1987. – 368 с.

63. Кропоткин, П. Этика. Происхождение и развитие нравственности [Электронный ресурс] / П. Кропоткин. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_001595298/ (дата обращения: 05.01.2024).
64. Лариса Рубальская. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/1910097> (дата обращения: 08.08.2024).
65. Лермонтов, М.Ю. Герой нашего времени [Электронный ресурс] 1839 / М.Ю. Лермонтов. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_000553697/ (дата обращения 06.08.2023).
66. Линия жизни. Ия Саввина [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/4d6e78919665ac2c516c8123498265db/?t=153> (дата обращения: 12.01.2024).
67. Линия жизни. Людмила Хитяева [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/b7642439d0c2ef88bfb417f4ffcb093e/> (дата обращения: 08.06.2024).
68. Маленький домик в прериях [Видеозапись фильма] / Реж. В. Френч, М. Лэндон, Л. Пенн. – NBC Productions, 1976.
69. Мистер Икс [Видеозапись фильма] / Реж. Ю. Хмельницкий. Ленинградская ордена Ленина киностудия «Ленфильм», 1958.
70. Михайло Ломоносов [Видеозапись фильма] / Реж. А. Прошкин. – Киностудия «Мосфильм», 1986.
71. Мне 83 и я бросил вызов старости. Хасинто Бонилья. Мотивация Кроссфит [Электронный ресурс]. 2022. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/7bdcb78ff715c8cd62f8b4719698846d/?t=1> (дата обращения 10.08.2023).
72. Мы вместе. Реклама ТРЦ «Карнавал» [Электронный ресурс]. 2014. – Режим доступа: <https://ya.ru/video/preview/14770846717387613559> (дата обращения 10.06.2023).

73. Наказывает ли Бог детей за грехи родителей? [Электронный ресурс]. 2022. – Режим доступа: <https://m.ok.ru/video/3414343946746> (дата обращения 10.06.2023).
74. Никки, Рикки, Дикки и Дон [Видеозапись фильма] / Реж. Мэтт Флекенштейн, Майкл Фельдман. – Nickelodeon Productions, Nickelodeon и CBS Studios, 2014.
75. Николас Никльби. Телесериал. 1 сезон. 2 серия [Видеозапись фильма] / Реж. К. Бэрри. – BBC, 1977.
76. Особенности национальной рыбалки [Видеозапись фильма] / Реж. А. Рогожкин. – СТВ при участии «Никола-Фильм», 1998.
77. Осторожно. Модерн! [Видеозапись фильма] / Реж. А. Балашов, А. Пармас. – «Шестой канал» радио «Модерн», 1996-1998.
78. Островский, А.Н. Сердце не камень. 1979 / А.Н. Островский. – М.: Нобель Пресс, 2025. – 48 с.
79. Ох уж эта Настя! [Видеозапись фильма] / Реж. Ю. Победоносцев. – Центральная киностудия детских и юношеских фильмов имени М. Горького, 1971.
80. Памяти Василия Ланового. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/768951550906490983> (дата обращения: 15.02.2023).
81. Паралимпиада 2014 Закрытие 17.03.2014 [Электронный ресурс]. 2014. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/2679763422603827883> (дата обращения: 10.11.2023).
82. Паршивые овцы [Видеозапись фильма] / Реж. С.Чекалов. – Киностудия: Украина, Film.ua, 2010.
83. Первый канал. Выпуск программы «Время» от 14.03.2022 [Электронный ресурс]. 2022. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/d574f1cc6a45d52c4096538071843f4f/> (дата обращения 10.04.2023).

84. Пёс, который умер [Видеозапись фильма] / Реж. П. Вуд. – Granada Television, 1988.
85. Песня для изгоя [Видеозапись фильма] / Реж. Э. Уолш. – Fantastic Films. Lolafilms. Moviefan. Scandinavia A/S. Subotica. Entertainment. Titian Red Pictures. Zoma Films Ltd, 2003.
86. Поп [Видеозапись фильма] / Реж. В. Хотиненко. – КТК «Православная энциклопедия» 20th Century Fox Мосфильм, 2009.
87. Почему мужчин надо беречь? 14.10.2021 [Электронный ресурс]. 2022. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/ac3c9a4c087354eccffee6c3547a9536/> (дата обращения: 05.07.2023).
88. Реклама 2010-х. Подбока ностальгии (часть 3) [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/894389062760962338> (дата обращения 10.08.2023).
89. Реклама турагентства [Электронный ресурс]. 2020. – Режим доступа https://m.vkvideo.ru/playlist/-50203176_-4?from=video (дата обращения 10.10.2023).
90. Россия-1. 19.01.2024. Выпуск программы «60 минут» [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://k4r.ru/60-minutes/vipusk-55898-za-19-01-2024/> (дата обращения: 28.02.2024).
91. Россия-1. Официальный RuTube канал телеканала Россия 1 (ВГТРК) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rutube.ru/channel/24620967/>
92. Салтыков-Щедрин, М.Е. Губернские очерки [Электронный ресурс] 1857 / М.Е. Салтыков-Щедрин. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_005402608/ (дата обращения 06.08.2023).
93. Самая обаятельная и привлекательная [Видеозапись фильма] / Реж. Г. Бежанов. – Киностудия «Мосфильм», 1985.
94. Семен Альтов. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2018. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/1774167> (дата обращения: 17.05.2023).

95. Сергей Михалков. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2013. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/271981> (дата обращения: 13.04.2023).
96. Служебный роман [Видеозапись фильма] / Реж. Э. Рязанов/ – Киностудия «Мосфильм», 1977.
97. Сматря какой fabric, сматря откуда приходит fabric, сматря сколько details в этом пиджаке [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/7486566618433302689> (дата обращения: 17.12.2023).
98. Сознание и мозг [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://yandex.ru/video/preview/16959138974823751462> (дата обращения: 10.01.2024).
99. Стивенсон, Р.Л. Остров сокровищ [Электронный ресурс]. 1883 / Р.Л. Стивенсон. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_v19_rc_1526514/ (дата обращения: 17.07.2024).
100. Сын отца народов [Видеозапись фильма] / Реж. С. Щербин, С. Гинзбург. – Фаворит-Фильм Film.UA, 2013.
101. Татьяна Панкова. Линия жизни [Электронный ресурс]. 2017. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/1616558> (дата обращения: 01.07.2023).
102. Толстой, Л.Н. Юность [Электронный ресурс]. 1857 / Л.Н. Толстой. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_bibl_1458603/ (дата обращения 06.08.2023).
103. Толстой, Л.Н. Война и мир [Электронный ресурс]. 1873 / Л.Н. Толстой. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_004012291/ (дата обращения: 25.02.2024).
104. Толстой, Л.Н. Анна Каренина [Электронный ресурс] 1877. / Л.Н. Толстой. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/010000_000060_ART-456646aa-282f-42dd-973e-0d51304b5076/ (дата обращения: 14.06.2024).

105. Тренировка пловцов 8-14 лет. 22.09.2017 [Электронный ресурс]. 2017.
– Режим доступа: https://thewikihow.com/video_ml7tRAguLGE (дата обращения: 12.04.2024).
106. Три месяца до золота» Спецрепортаж Дмитрия Занина и Матч! ТВ [Электронный ресурс]. 2021. – Режим доступа: https://matchtv.ru/gymnastics/matchtvvideo_NI1345084_clip_3_mesaca_do_zolota_Specialnyj_reportazh (дата обращения: 12.04.2024).
107. Тургенев, И.С. Отцы и дети [Электронный ресурс] 1862 / И.С. Тургенев. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003904948/ (дата обращения: 14.06.2024).
108. Тутси [Видеозапись фильма] / Реж. С. Поллак. – Mirage Enterprises Columbia Pictures, 1982.
109. Уайльд, О. Портрет Дориана Грэя [Электронный ресурс] 1891 / О. Уайльд. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003739689/ (дата обращения: 04.06.2024).
110. Ученик [Видеозапись фильма] / Реж. К. Серебренников. – I Wonder Pictures, 2016.
111. Ученик [Видеозапись фильма] / Реж. О. Шацки. – Blue Films, La Sept Cinéma, Ocelot Productions, Rhône-Alpes Cinéma, 1996.
112. Чехов, А.П. Моя жизнь [Электронный ресурс] 1896 / А.П. Чехов. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003644311/ (дата обращения: 09.07.2023).
113. Шолохов, М. Поднятая целина [Электронный ресурс] 1932 / М. Шолохов. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000207_000017_RU_RGDB_BIBL_0000340278/ (дата обращения: 09.07.2023).

114. Шоу, Б. Пигмалион [Электронный ресурс] 1912 / Б. Шоу. – Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_001080812/ (дата обращения: 03.07.2023).
115. Шут [Видеозапись фильма] / Реж. А. Эшпай. – Центральная киностудия детских и юношеских фильмов имени М. Горького (Первое творческое объединение), 1988.
116. Юрий Седнев. Научный комментарий шести дней творения [Электронный ресурс]. 2015. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/49b6c30641a84c3e338a8367075c65fa/> (дата обращения: 08.01.2024).
117. Я неудачник и ничего не добился в жизни [Электронный ресурс]. 2023. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/8869b1e6be2fcdaadaa1119550137b5e/> (дата обращения: 21.08.2023).
118. Academia. Владимир Мясников. История востоковедения в России. 1-я лекция, 18.11.2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/video/155325> (дата обращения: 10.01.2024).
119. Academia. Симон Шноль. Биологические часы. 1-я лекция [Электронный ресурс]. 2013. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/6c8deb794167b3b8264b24a71a025a7b/> (дата обращения: 10.01.2024).
120. BlackRock Investing for a New World [Electronic resource]. 2017. – Mode of access: <https://ya.ru/video/preview/14999667720168031946> (date of access: 12.02.2024).
121. Divorce court. Телесериал [Видеозапись фильма] / Реж. E. October, L. Thompson, S. Grant. – The Jay McGraw Company. Warner Bros. Domestic Television Distribution, 2023.
122. Histrionic Personality Disorder Role Play LPN Mental Health CE Course [Electronic resource]. 2020. – Режим доступа:

<https://symptommedia.com/histrionic-personality-disorder-ce-course-preview/>
(date of access: 05.01.2024).

123. Jennifer Lawrence stars as the face of Dior's Joy [Электронный ресурс]. 2018. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video/f34e2671e6624ea6dcbe56181d26c29c/> (дата обращения: 05.01.2024).
124. Kremlin.ru 09.02.2024 [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/multimedia/video/by-date/> 09.02.2024 (дата обращения: 10.11.2023).
125. Kremlin.ru 27.10.2022 [Электронный ресурс]. 2022. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/69695/videos> (дата обращения: 03.01.2024).
126. Nike: This is us [Electronic resource]. 2017. – Mode of access: <https://yandex.ru/video/preview/10270780993395967659> (date of access: 12.04.2024).
127. rg.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/>
128. RuTube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rutube.ru/video>
129. Starhit.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.starhit.ru/>
130. The worst case I've ever seen. Judge gives 3 life sentences to man who killed child, girlfriend [Electronic resource]. 2021. – Mode of access: <https://yandex.ru/video/preview/14332946257163076479> (date of access: 10.09.2023).
131. vkvideo.ru [Electronic resource]. – Mode of access: <https://vkvideo.ru/>