

Научная статья

УДК 81'42+81'23

DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-17-26

Типологический анализ коммуникативной демонстративности

Ирина Александровна Тисленкова

Волгоградский государственный технический университет
Волгоград, Россия

tislenkova@bk.ru, <http://orcid.org/0000-0002-7202-2773>

Аннотация

Наступление цифрового общества привело к смене многих способов взаимодействия. Общение людей стало более демонстративным, поскольку технологии позволяют им легко и мгновенно представлять себя и свою жизнь перед широкой аудиторией. Информационная эпоха стимулирует людей к демонстрации своей индивидуальности и самовыражению, поскольку социальные медиа стали площадкой для выражения личных убеждений, интересов, создания и поддержания привлекательного образа. Статья посвящена изучению демонстративной тональности общения. Научная новизна исследования состоит в том, что феномен коммуникативной демонстративности изучается впервые. Цель исследования заключается в выявлении и описании основных типов демонстративной тональности в коммуникации. Методы исследования составляют междисциплинарный подход и метод психолингвистического анализа речевой продукции коммуникантов. Материалом для анализа стали высказывания участников телевизионных интервью 2012–2023 гг. Исследование показывает, что на современном этапе в цифровую эпоху коммуникативная демонстративность является повсеместной нормой интеракции и используется в качестве механизма самопрезентации и самоидентификации. Демонстративность определяется как структурно-образующая коммуникативная категория спектрального типа – тональность, которая определяет процесс речевого общения и выполняет функцию самоманифестации и средства эмоционального воздействия на реципиента. Подчеркивается, что 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 результате проведенного исследования устанавливается, что демонстративная коммуникативная тональность актуализируется на всех языковых уровнях и реализуется в продуктах речи с помощью применения разнообразных языковых и неязыковых средств. Предлагается основа построения типологии демонстративности, которую составляют такие критерии, как способ представления реципиенту и адресатная реакция. На основании коммуникативного подхода определяются четыре ведущих типа коммуникативной демонстративности: явная, скрытая, положительная и отрицательная. Полученные результаты могут быть использованы в курсе семиотики и психолингвистики.

Ключевые слова

дискурс, коммуникативная демонстративность, явная демонстративная тональность, скрытая демонстративная тональность, положительная демонстративная тональность, отрицательная демонстративная тональность

Для цитирования

Тисленкова И. А. Типологический анализ коммуникативной демонстративности // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 17–26. DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-17-26

© Тисленкова И. А., 2024

Typological Analysis of Demonstrative Tonality

Irina A. Tislenkova

Volgograd State Technical University,
Volgograd, Russian Federation

tislenkova@bk.ru, <http://orcid.org/0000-0002-7202-2773>

Abstract

The advent of the digital society has led to a change in many ways of interaction. People's communication has become more demonstrative, since technology allows them to easily and instantly present themselves and their lives to a wide audience. The information age encourages people to demonstrate their individuality and express themselves, with social media becoming a platform for expressing personal beliefs, interests, creating and maintaining an attractive image. The article studies demonstrative tonality of communication. The scientific novelty of the research is that demonstrative tonality has not been studied before. The purpose of the paper is to identify and describe the main types of demonstrative tonality in communication. The research methods are an interdisciplinary approach and a psycholinguistic analysis of the communicants' speech output. The material for the analysis was drawn from television interviews of 2012-2023. The study shows that at the present stage in the digital era demonstrative communication is a common way of interaction and a mechanism of self-presentation and self-identification. Demonstrative communication is defined as a structurally forming communicative category of spectral type – tonality, which determines the process of speech communication and performs the function of self-manifestation and means of emotional impact on the recipient. It is emphasized that demonstrative tonality manifests itself in various social and communicative spheres: official, unofficial, administratively or legally regulated, unregulated and dominant, causing a positive or negative response from the addressee. As a result of the research, it has been established that demonstrative communicative tonality is actualized at all language levels and is implemented in speech products through the use of various linguistic and non-linguistic means. The basis for constructing a typology of demonstrative tonality is proposed; it consists of such criteria as the method of presentation to the recipient and the addressee's reaction. Based on the communicative approach, four main types of demonstrative tonality are put forward: explicit, hidden, positive, and negative. The results obtained can be used in the course on semiotics and psycholinguistics.

Keywords

discourse, demonstrative communication, explicit demonstrative tonality, hidden demonstrative tonality, positive demonstrative tonality, negative demonstrative tonality

For citation

Tislenkova I. A. Typological analysis of demonstrative tonality. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 17–26. (In Russ.) DOI 10.25205/1818-7935-2024-22-1-17-26

Введение

В основе всех современных культурных процессов лежит понятие информационного общества, которое первоначально возникло как свойство экономической жизни [Кириллова и др., 2019]. В настоящее время в науке обсуждаются разнообразные новые явления данной цивилизационной формации, появившиеся в результате изменения традиционных форм культуры [Choi, Bazarova, 2020; Beer, Brandler, 2021; Hart, Cease, Lambert, Garrison, 2023]. Вместе с тем, несмотря на достаточно широкий диапазон изучаемых проблем, некоторые глобальные тенденции культурного универсума остаются неизученными. В частности, подобной исследовательской проблемой является феномен коммуникативной демонстративности, удовлетворяющий потребности людей разного статуса в самоидентификации [Синельникова, 2009; Карасик, Слышкин, 2021].

Исследователи отмечают такое изменение в оформлении социально-коммуникативных взаимодействий, как появление демонстративной тональности – новой повсеместной нормы общения людей, которая помогает говорящим сформировать у реципиентов образ наиболее преуспевающего, высокостатусного человека с репутацией свободной, независимой личности

или повысить свою эстетическую, интеллектуальную, социальную привлекательность [Funder, Ozer, 2019; Nichols, Carducci, Nave, Riggio, 2020].

Современные коммуниканты используют разные виды коммуникативной демонстративности, чтобы поддерживать создаваемую ими идентичность в разных ситуациях общения [Audrezet, De Kerviler, Moulard, 2020; Тисленкова, 2021; Тисленкова, 2022].

Проблематичность научного рассмотрения коммуникативной категории демонстративности и ее вербальных проявлений детерминирована несколькими причинами: сложностью соотношения с конкретным речевым жанром, изменчивостью в процессе коммуникации, отсутствием очевидных вербальных маркеров, позволяющих идентифицировать ее разновидность. Многоаспектность и разнообразие ситуаций проявления коммуникативной демонстративности обуславливают необходимость систематизации её типов.

Цель исследования – установить и охарактеризовать основные типы демонстративной тональности общения.

Методы исследования. В процессе работы использовались междисциплинарный подход и метод психолингвистического анализа речевой продукции коммуникантов.

Материалом для выявления типов коммуникативной демонстративности стали высказывания участников телевизионных интервью 2012–2023 гг. длительностью 200 минут, общим объемом 25 000 слов.

1. Понятие коммуникативной категории

Явление коммуникативной тональности является предметом научного обсуждения в зарубежных и отечественных исследованиях и в настоящее время все больше вызывает интерес ученых. Данный термин упоминается в психологии, патопсихологии, социологии, философии, культурологии, политологии, маркетинговой коммуникации, СМИ и искусстве.

Коммуникативные категории существуют наряду с концептами, нормами и принципами организации социального взаимодействия в коммуникативном сознании личности, делая возможным весь процесс ее коммуникативной деятельности. Данные ментальные конструкты находят проявление в любом типе речи, независимо от ее функционально-стилевой принадлежности, используются произвольно, без предварительного обучения, охватывая социально-прагматические свойства ситуаций вербального взаимодействия, их ситуативность [Корнеева, 2017].

Согласно положениям Дж. Лакоффа 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, мы рассматриваем коммуникативную категорию как коммуникативную гештальт-структуру, реализующуюся в языковых средствах [Лакофф, 2011].

В своем содержании коммуникативная категория имеет разноуровневые вербальные и невербальные средства для выражения ментальных стереотипов, набора суждений, моделей поведения в определенных 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 семантические средства, к периферийным – лексико-грамматические средства и паралингвистические знаки.

2. Демонстративная тональность общения

Демонстративность представляет собой структурно-образующую коммуникативную категорию спектрального типа – тональность, определяющую процесс речевого общения и выполняющую функцию самоманифестации и средства эмоционального воздействия на адресата.

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.

Коммуникативная демонстративная тональность проявляется в личностно- и статусно-ориентированном общении.

Разные научные парадигмы толкуют «демонстративность», связывая ее с понятиями, составляющими ядро рассматриваемой коммуникативной категории, организованной по принципу бинарной оппозиции: самопрезентация (явная или скрытая), акцентированность (положительная или отрицательная) и преувеличение (произвольное или непроизвольное) [ИРС, СРС, БПС].

Конститутивными признаками коммуникативной тональности являются интенциональность, определяющаяся социальными потребностями и интересами; интерпретативность, подразумевающая множество возможных вариантов толкования; эмоциональность и оценочность.

Маркерами демонстративной 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.

3. Типология коммуникативной демонстративности

Рассмотрим демонстративную тональность с целью выявления ее основных видов и построения типологии.

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 передает свое сообщение, самовыражается и воздействует на собеседника в рамках своего социального статуса и роли [Halliday, 1978. P. 4].

Анализ понятия «коммуникативная демонстративность» предполагает использование коммуникативного подхода к слову, что позволяет выявить существенные особенности данного феномена [Стернин, 1985. С. 6].

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. 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, ученый выделяет идеологическую, информативную, статусную, торжественную, фасциативную, фатическую, шутливую тональности [Карасик, 2017].

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

Обзор лингвистических работ, опубликованных за последние двадцать 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

Table 1

General Types of Communicative Tonalities

Типы демонстративности по доминирующей эмоции общения

Types of Demonstrative Tonality According to the Dominant Emotion of Communication

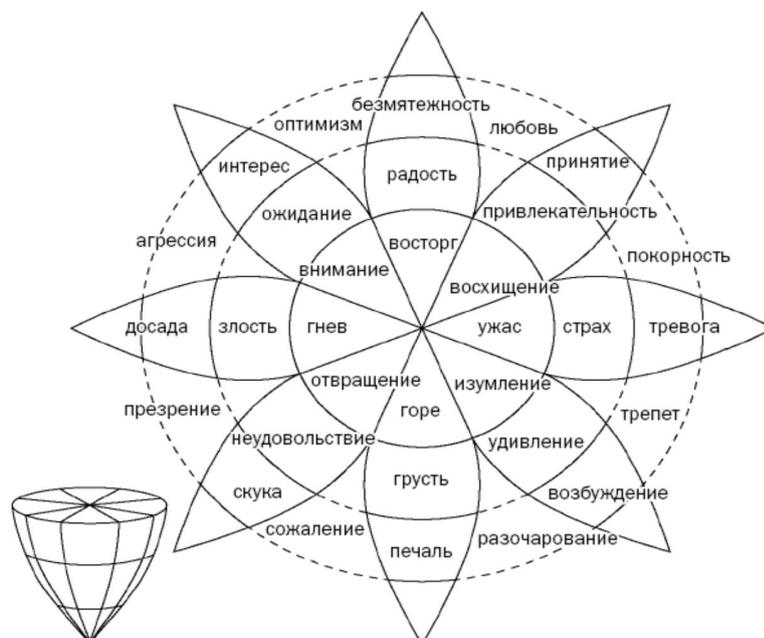
Положительная	Отрицательная	Нейтральная
горделивая оптимистическая положительная	агрессивная боязливая тревожная пессимистическая	индифферентная

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

К. Изард выделяет десять базовых человеческих эмоций:

1) положительные – возбуждение, радость, удивление;

2) отрицательные – страдание, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд и вина. Каждая из двух групп задает 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].



Колесо эмоций Р. Плутчика
The Wheel of Emotions by R. Plutchik

Р. Плутчик создал диаграмму эмоционального спектра из восьми основных и производных от них эмоций – «Колесо эмоций» (см. рисунок) [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.

На рисунке показано существование большого количества эмоций, испытываемых человеком, которые он выражает словами, интонацией голоса, 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].

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

По речевой стратегии демонстративность подразделяется на информативный, персуазивный, инспиративный и императивный типы.

В связи с этим основу построения типологии демонстративности составляют следующие критерии: 1) способ представления реципиенту; 2) адресатная реакция. Выделяются акцентированный, скрытый, положительный и отрицательный типы демонстративности. Уточним содержание выделенных четырех универсальных типов демонстративности.

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

(1) Массовое сознание не догадывается и не понимает, что я после фильма «Ермак» *был академиком и профессором Академии безопасности и правопорядка при президенте России, при ФСБ. Я был любимцем. Меня, в буквальном смысле, на руках носили*, когда я на премьеры ездил (Джигурда Н., 2022).

В примере (1) акцентированная коммуникативная демонстративность, реализуемая гиперболой (академик и профессор), гиперболической фразеологической единицей (на руках носили), словосочетанием-усилителем (в буквальном смысле) и существительным с положительной коннотацией (любимец), позволяет актёру прямо обозначить свою успешность, показать качества своей личности: уверенность в себе и высокую самооценку.

Скрытая 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. Например:

(2) *Меня считали бездарным, безголосым. Уходил с экзамена со слезами. Но я – водолей, поэтому я иду вперед, я стараюсь в жизни* (Пенкин С., Блестки Цоя ..., 2023).

Имплицитная демонстративная тональность в высказывании (2) актуализируется литотой, включающей отрицательные эпитеты (бездарный, безголосый) и скрытой антитезой (тогда все считали неудачником, а сейчас знаменит на всю страну), посредством которой у адресата формируется представление о певце С. Пенкине как о трудолюбивом, талантливом и волевом человеке.

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

(3) *Я человек очень искренний и открытый. Я верю в людей изначально и их люблю* (Хакамада И., 2020).

В примере (3) положительная демонстративная тональность строится на употреблении положительных эпитетов в сочетании с наречием-интенсификатором «очень» (очень искренний и открытый), а также глаголов в значении «доверять» и «чувствовать глубокую привязанность» к окружающим (верю, люблю) и указывает на то, что говорящая имеет позитивную личностную направленность.

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

(4) А. Пугачёва: Вам разрешено сверху так себя вести?

В. Жириновский: *Я веду себя так, как считаю нужным и в этом моя прелесть! Я сам первый пошел в кандидаты в президенты еще советской России. Все разбежались! Вам молчать нужно сидеть! Не нравится – убирайтесь вон! (стучит кулаком по трибуне).* Вы, артисты, как последние путаны. Завтра въеду в Кремль – все будете лежать, а я на вас буду плевать и вытирать об вас ноги! Позор вам! (Жириновский В., «Поединок» Владимира Соловьева, 2012).

В отрывке диалога (4) политик оформляет свою речь с помощью средств отрицательной коммуникативной демонстративности: субстандартного сравнения (как последние путаны), клише-восклицаний, содержащих обвинение собеседника (...убирайтесь вон! Позор вам!), императивного предложения, запрещающего реципиенту озвучивать свое мнение (Вам молчать нужно сидеть!), речевой стратегии унижения с менасивным компонентом (я на вас буду плевать и вытирать об вас ноги!) и невербальный маркер угрозы (стучит кулаком по трибуне, кричит). Отрицательная демонстративная тональность в данном высказывании отражает доминантный тип языковой личности, его направленность на подавление и причинение дискомфорта реципиенту.

Заключение

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.

Накопленные данные о феномене коммуникативной тональности, представленные в работах отечественных и зарубежных ученых за период с 1970-х гг. по настоящее время позволяют констатировать, что демонстративная коммуникативная тональность актуализируется на всех языковых уровнях и реализуется в продуктах речи с помощью применения разнообразных языковых и неязыковых средств.

На основании коммуникативного подхода определяются четыре ведущих типа коммуникативной демонстративности: явная, скрытая, положительная и отрицательная.

Список литературы

- Изард К. Э. Психология эмоций. М.: Питер, 2006. 460 с.
- Карасик В. И. Коммуникативная тональность: типы и способы выражения // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2017. № 2 (18). С. 75–89.
- Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Тенденции развития современного дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 1. С. 14–31.
- Кириллова Н. Б., Зубанова Л. Б., Синецкий С. Б. и др. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / Отв. ред. Н. Б. Кириллова. Екатеринбург: Уральское отделение НОКО, 2019. 290 с.

- Корнеева А. В.** Коммуникативное поведение и коммуникативное сознание как механизмы межкультурного взаимодействия // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. № 15(4). С. 78–86.
- Лакофф Дж.** Женщины, огонь и опасные вещи: что категории языка говорят нам о мышлении. М.: Гнозис, 2011. 515 с.
- Синельникова Л. Н.** Признаки дискурсивной матрицы гуманитарного пространства нового века // Политическая лингвистика. 2009. № 29. С. 56–68.
- Стернин И. А.** Лексическое значение слова в речи: Монография. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. 170 с.
- Тисленкова И. А.** Языковые средства актуализации высокого уровня профессионализма говорящего в нарративном интервью (на материале английского языка) // Известия Волгоград. гос. пед. ун-та. 2021. № 8(161). С. 146–152.
- Тисленкова И. А.** Теоретические основы идентификации уровня профессионализма говорящего по речевым характеристикам в кадровом интервью // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. № 8(3). С. 148–159.
- Фрейдина Е. Л.** Тональность речевого общения и ее просодические маркеры // Преподаватель XXI века. 2015. Т. 2, № 1. С. 282–289.
- Audrezet A., De Kerviler G., Moulard J. G.** Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation // Journal of business research. 2020. Vol. 117. P. 557–569.
- Beer J. S., Brandler S.** Why don't we know more about the minds of authentic people? // Social and Personality Psychology Compass. 2021. Vol. 15, iss. 1.
- Choi Y. H., Bazarova N. N.** Self-Disclosure and Self-Presentation // The International Encyclopedia of Media Psychology. 2020. P. 1–5.
- Funder D. C., Ozer D. J.** Evaluating effect size in psychological research: Sense and nonsense // Advances in Methods and Practices in Psychological Science. 2019. Vol. 2, iss. 2. P. 156–168.
- Halliday M. A. K.** Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning. London: Edward Arnold, 1978. 256 p.
- Hart W., Cease Ch. K., Lambert J. T., Garrison K.** Designing one's authentic identity: Self-proclaimed authentic people report self-presentation agendas to seem authentic to audiences // Personality and Individual Differences. 2023. Vol. 201. P. 111941.
- Nichols A. L., Carducci B. J., Nave C. S., Riggio R. E.** Self-Presentation Theory/Impression Management // The Wiley encyclopedia of personality and individual differences: Models and theories. 2020. Pp. 397–400.
- Plutchik R.** The emotions. Lanham. New York. London: University Press of America, 1991. 216 p.
- Smith T. W.** The Book of Human Emotions: From Ambiguophobia to Umpty – 154 Words from Around the World for How We Feel. London: Little, Brown Spark, 2016. 336 p.

Список источников

- Блестки Цоя, стразы Киркорова, сцена с «Роллингами», работа дворником и слезка КГБ / Сергей Пенкин 28.06.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-z-4X-rM8e4> (дата обращения: 03.07.2023).
- Джигурда: Легенда. URL: <https://www.youtube.com> 15.06.2022 (дата обращения: 03.07.2023).
- Ирина Хакамада: «Умной женщине тяжелее, чем умному мужчине». Легенда 29.04.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uaJAMGexQzE> (дата обращения 03.07.2023).
- «Поединок» Владимира Соловьева. Прохоров vs Жириновский. 28.02.2012. Выборы–2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ar-8HLL6V4g> (дата обращения: 03.07.2023).

Словари

- БПС – Большой психологический словарь / Под ред. Мещерякова Б. Г., Зинченко В. П. 4-е изд., расш. М.: АСТ; СПб.: Прайм-Еврознак, 2009. 811 с.
- ИРС – Идеографический словарь русской социальной лексики: общество и человек / Под ред. Леонтьевой Т. В. Екатеринбург: Ажур, 2018. 554 с.
- СРС – Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / Под ред. Абрамова Н. М.: Русские словари, 1999. 575 с.

References

- Audrezet A., De Kerviler G., Moulard J. G.** Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation. *Journal of business research*, 2020, vol. 117, pp. 557–569.
- Beer J. S., Brandler S.** Why don't we know more about the minds of authentic people? *Social and Personality Psychology Compass*, 2021, vol. 15, iss. 1.
- Choi Y. H., Bazarova N. N.** Self-Disclosure and Self-Presentation. *The International Encyclopedia of Media Psychology*, 2020, pp. 1–5.
- Freydina E. L.** The tonality of speech communication and its prosodic markers. *Teacher of the XXI century*, 2015, vol. 2, iss. 1, pp. 282–289. (In Russ.)
- Funder D. C., Ozer D. J.** Evaluating effect size in psychological research. *Sense and nonsense Advances in Methods and Practices in Psychological Science*, 2019, vol. 2, iss. 2, pp. 156–168.
- Halliday M. A. K.** Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning. London, Edward Arnold, 1978, 256 p.
- Hart W., Cease Ch. K., Lambert J. T., Garrison K.** Designing one's authentic identity: Self-proclaimed authentic people report self-presentation agendas to seem authentic to audiences. *Personality and Individual Differences*, 2023, vol. 201, pp. 111941.
- Izard K. E.** Psychology of emotions. Moscow, Piter publ., 2006, 460 p. (In Russ.)
- Karasik V. I.** Communicative tonality: types and ways of expression. *Scientific notes of the National Society of Applied Linguistics*, 2017, iss. 2 (18), pp. 75–89. (In Russ.)
- Karasik V. I., Slyshkin G. G.** Trends in the development of modern discourse. *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*, 2021, iss. 1, pp. 14–31. (In Russ.)
- Kirillova N. B. et al.** The Information Age: New paradigms of culture and education: monograph. Yekaterinburg, Ural Branch NOKO, 2019, 290 p. (In Russ.)
- Korneeva A. V.** Communicative behavior and communicative consciousness as mechanisms of intercultural interaction. *Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2017, iss. 15 (4), pp. 78–86. (In Russ.)
- Lakoff Dzh.** Women, fire and dangerous things: what categories of language tell us about thinking. Moscow, Gnozis publ., 2011, 515 p. (In Russ.)
- Nichols A. L., Carducci B. J., Nave C. S., Riggio R. E.** Self-Presentation Theory/Impression Management. *The Wiley encyclopedia of personality and individual differences: Models and theories*, 2020, pp. 397–400.
- Plutchik R.** The emotions. Lanham. New York. London, University Press of America, 1991, 216 p.
- Sinel'nikova L. N.** Signs of the discursive matrix of the humanitarian space of the new century. *Political linguistics*, 2009, iss. 29, pp. 56–68. (In Russ.)
- Smith T. W.** The Book of Human Emotions: From Ambigophobia to Umpty – 154 Words from Around the World for How We Feel. London, Little, Brown Spark, 2016, 336 p.
- Sternin I. A.** Lexical meaning of a word in speech: a monograph. Voronezh, Voronezh Publishing House Un-ty, 1985, 170 p. (In Russ.)

Tislenkova I. A. Language means of actualizing the high level of professionalism of the speaker in a narrative interview (based on the material of the English language). *Proceedings of the Volgograd State Pedagogical University*, 2021, iss. 8 (161), pp. 146–152. (In Russ.)

Tislenkova I. A. Theoretical foundations for identifying the level of professionalism of the speaker by speech characteristics in a personnel interview. *Theoretical and applied linguistics*, 2022, iss. 8 (3), pp. 148–159. (In Russ.)

List of sources

«The Duel» at Vladimir Solovyov. Prokhorov vs Zhirinovsky. 28.02.2012. Elections 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ar-8HLL6V4g> (accessed: 03.07.2023) (In Russ.)

Dzhigurda: Legend [Electronic resource]. Access mode: <https://www.youtube.com> 15.06.2022 (accessed: 03.07.2023) (In Russ.)

Irina Khakamada: “It’s harder for a smart woman than for a smart man” // Legend 29.04.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uaJAMGexQzE> (accessed 03.07.2023) (In Russ.)

Tsoi sequins, Kirkorov rhinestones, a scene with «Rolling stones», work as a janitor and KGB surveillance / Sergey Penkin 28.06.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-z-4X-rM8e4> (accessed: 03.07.2023) (In Russ.)

Dictionaries

A large psychological dictionary. Meshcheryakova B. G., Zinchenko V. P. (Eds). Moscow, AST publ.; Saint-Petersburg, Praym-Evroznak publ., 2009, 811 p. (In Russ.)

Dictionary of Russian synonyms and similar expressions. Abramova N. (Ed.). Moscow, Russian dictionaries publ., 1999, 575 p. (In Russ.)

Ideographic Dictionary of Russian Social Vocabulary: Society and man. Leont’eva T. V. (Ed.). Ekaterinburg, Azhur. publ., 2018, 554 p. (In Russ.)

Информация об авторе

Тисленкова Ирина Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки» Волгоградского государственного технического университета

Information about the Author

Irina A. Tislenkova, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, the Department of Foreign languages, Volgograd State Technical University

*Статья поступила в редакцию 12.09.2023;
одобрена после рецензирования 26.11.2023; принята к публикации 17.01.2024*

*The article was submitted 12.09.2023;
approved after reviewing 26.11.2023; accepted for publication 17.01.2024*