

# САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ. ОПЫТ ТОЛКОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ УЧЕБНОГО ТИПА ДИСКУРСА

О.Д. БЕЛЕЦКАЯ, К.С.РАЩУПКИНА

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет», г. Тверь*

В статье рассматривается стратегия самопрезентации с позиций толкования в контексте учебного типа дискурса. Приводятся полученные определения самопрезентации; выявляются устойчивые связи самопрезентации с различными внешними проявлениями и внутренними психическими процессами жизнедеятельности человека; проводится анализ количественных соотношений полученных данных.

*Ключевые слова:* стратегия самопрезентации, произведение впечатления, представление, референциальный объект, проактивная самопрезентация.

## SELF-PRESENTATION. THE INTERPRETATION EXPERIENCE WITHIN ACADEMIC DISCOURSE

O.D. BELETSKAYA, K.S.RASHCHUPKINA

The article deals with the interpretation experience of self-presentation strategy within the academic discourse; the acquired definitions are given; the stable connections of self-presentation with different outer manifestations and inner psychological processes of human life are pointed out; the analysis of the given quantitative data is conducted.

*Key words:* self-presentation strategy, making impression, introduction, referential object, pro-active self-presentation.

В связи с усиливающимися в современном мире миграционными процессами и нестабильной обстановкой, все чаще человек обращается к теме продуктивного взаимодействия с другими представителями мирового сообщества. В фокус внимания попадает не только коммуникация как естественный человеческий процесс, но также и то впечатление, которое человек производит на своего собеседника – свой референциальный объект.

В этой связи речь заходит о самопрезентационных моментах. Иначе говоря, о самопрезентации в любом типе дискурса. В нашем случае актуальным является применение стратегии самопрезентации применительно к учебному дискурсу, где она выступает в качестве «инструмента создания необходимого впечатления о себе» [10].

Напомним, что рассматриваемая нами стратегия активно исследуется зарубежными и отечественными исследователями в области социальной психологии, психологии делового общения, интеракциональной лингвистики, смежных гуманитарных наук [1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13].

Источником размышлений на тему послужил материал, полученный в ходе анкетирования, проведенного на кафедрах иностранных языков гуманитарных и естественных факультетов Тверского государственного университета, кафедре английского языка №2 Московского Государственного Института Международных Отношений, Московском Городском Педагогическом Университете, кафедре иностранного языка МЭСИ, кафедре иностранного языка Твер-

ского суворовского военного училища. Респондентами, таким образом, выступили преподаватели иностранного языка (английского, немецкого и французского).

В анкете респондентам предлагалось дать свое определение самопрезентации и ответить, применяют ли они данную стратегию в своей профессиональной деятельности.

В итоге 19% респондентов с уверенностью связали стратегию самопрезентации с таким компонентом, как «произведение благоприятного впечатления». Прозвучали такие ответы, как «умение произвести впечатление на собеседника», «произвести благоприятное впечатление на собеседника, выставить себя в выгодном свете», «произвести хорошее впечатление», «произвести на собеседника положительное впечатление о себе, своих способностях и умениях».

14% респондентов связали самопрезентацию с компонентом «представление». Самые популярные ответы в данном случае: «introduction» (англ. представление), «представить себя», «представление себя как человека с опытом и знаниями», «способности и умения представить себя и свой предмет».

9% опрошенных выявили устойчивую связь самопрезентации с таким эмоциональным компонентом, как «интерес». Были выявлены такие варианты, как «заинтересовать учащегося», «...вызвать интерес у оппонента».

6% опрошенных акцентировали в самопрезентации нелингвистические компоненты коммуникативного поведения. Например, «использование вербальных и невербальных способов произвести благоприятное впечатление на студентов и завоевать их расположение», «грамотная доброжелательная речь, суть которой донести до аудитории понимание смысла сказанного и запоминание необходимой информации».

3% респондентов склонились в своих анкетах к такому определению самопрезентации, как «создание положительного образа», то есть связали ее с элементами имиджологии - науке о формировании имиджа человека, умении нравиться окружающим людям.

3% опрошенных связали самопрезентацию с психическим процессом «восприятие». Назовем этот компонент «восприятие референциального объекта». Прозвучал следующий ответ: «суть в том, как тебя воспринимают окружающие люди».

3% респондентов выявили в самопрезентации «мотивацию».

3% опрошенных также проследили взаимосвязь самопрезентации с направленностью на референциальный объект – аудиторию – и положительными ожиданиями обучаемых. Данную мысль подтверждает следующая цитата: «самопрезентация – это рассказ о себе наиболее значимых факторов или черт, которые согласуются с установками аудитории на позитивное восприятие».

3% респондентов в качестве ключевого компонента самопрезентации обозначили «осознанность» применительно к использованию внешних данных как способа коммуникации. И. Гофман называет это в терминах своей концепции социальной драматургии «личным передним планом» [2, с.56]. Исследователь О.А. Пикулева именуется данный вид самопрезентации «проактивная самопрезентация» и понимает под ней «осознаваемую самопрезентацию личности в

ситуациях субъективно высокой значимости, направленную на формирование желаемой идентичности субъекта самопрезентации в восприятии партнера по общению (объекта самопрезентации)» [9, с. 40].

Следующие 3% респондентов связали самопрезентацию с компонентом «самооценка», которая общепринято считается структурным образованием Я-концепции в психологии.

Другие 3% опрошенных связали самопрезентацию с профессиональной компетентностью и соответствующими навыками. Назовем это «профессиональной самопрезентацией».

Ценностный компонент был выявлен в 3% случаях.

3% респондентов обозначили «самопрезентацию» как «повышение уровня доверия как к личности, так и специалисту».

3% респондентов выявили связь с преподаваемой дисциплиной и ее ролью в профессиональной деятельности обучающего.

Завершающие 22% затруднились дать определение «самопрезентации».

Что касается вопроса применения данной стратегии в профессиональной деятельности респондентов, подавляющее число принявших участие в анкетировании преподавателей-лингвистов (72%) признались, что используют стратегию самопрезентации в своей преподавательской деятельности. 11% респондентов не пользуются стратегией самопрезентации. 9% не знают, пользуются или нет. 8% оставили анкету без ответа в данном случае.

Подводя итог, можно заключить, что респонденты ассоциируют самопрезентацию больше с внешними проявлениями: произведением благоприятного впечатления на аудиторию, элементами имиджологии – созданием положительного образа на обучаемых, удержанием устойчивого интереса к дисциплине «иностраный язык», «собственным представлением» перед аудиторией, нежели с психическими процессами и компонентами Я-структуры человека, «сознательностью», невербальными компонентами коммуникации и профессиональными навыками.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2006. 295с.
- 2) Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни/Пер. с англ. и вступ. Статья А.Д. Ковалева - М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304с.
- 3) Дайнеко П.М. Дискурсивные стратегии самопрезентации в институциональном интернет-общении: Автореф. дис. ...канд. филол. наук. М, 2011. 26с.
- 4) Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита Текст. / Е. Л. Доценко. М.: ЧеРо, 2001. 344 с.
- 5) Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 4-е, стереотипное. М.: КомКнига, 2006. 288с.
- 6) Кочетова Л.А. Динамика стратегий самопрезентации в рекламном дискурсе // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), № 3 (11), 2012. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-strategii-samoreprezentatsii-v-reklamnom-diskurse> (дата обращения: 26.02.2016)

- 7) Кубрак Т.А. Интенция самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации: Автореф. дис. ...канд. психол. наук. М, 2009. 26с.
- 8) Михайлова, Е. В. Обучение самопрезентации Текст. / Е. В. Михайлова. М.: ГУ ВШЭ, 2006. 168 с.
- 9) Пикулева О.А. Психология самопрезентации личности: гендерные и возрастные аспекты // Психологическая наука и образование, 2013, №4. С.37 – 44.
- 10) Ращупкина К.С. Стратегия самопрезентации в институциональном дискурсе // Языковой дискурс в социальной практике: сб. науч. трудов. Тверь: Твер. гос.ун-т, 2015. С.236 - 240.
- 11) Ярославцева А.Е. Репрезентация речевых стратегий и тактик в агитационном тексте: Дис. ...канд. филол. наук. Томск, 2007. 211с.
- 12) Dijk, T. A. van Cognitive and Conversational Strategies in the Expression of Ethnic Prejudice Text. / T. A. van Dijk. Amsterdam: Mouton Publishers, 1983. P. 375-404.
- 13) Goffman, E. Presentation of Self in Everyday Life Text. / E. Goffman. N. Y.: Doubleday Anchor, 1959. 259 p.