

**Кубрак Тина Анатольевна**

**ИНТЕНЦИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ СУБЪЕКТА В ВЕРБАЛЬНОЙ  
КОММУНИКАЦИИ**

Специальность 19.00.01 – общая психология,  
психология личности, история психологии

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата психологических наук

Москва 2009

Работа выполнена в лаборатории психологии речи и психолингвистики  
Института психологии Российской Академии Наук

Научный руководитель: доктор психологических наук  
Павлова Наталия Дмитриевна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,  
профессор  
Уфимцева Наталия Владимировна

кандидат психологических наук  
Калмыкова Екатерина Семеновна

Ведущая организация: Институт психологии им. Л.С.Выготского  
Российского Государственного  
Гуманитарного Университета

Защита состоится 12 марта 2009 года в 12 часов на заседании диссертационного совета Д 002.016.02 при Институте психологии РАН по адресу: 129366 г. Москва, ул.Ярославская, д.13.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института психологии РАН.

Автореферат разослан «\_\_» февраля 2009 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат психологических наук

Савченко Т.Н.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### **Актуальность проблемы.**

Участвуя в коммуникации, человек осуществляет самопрезентацию – представляет себя другим, создавая о себе определенное впечатление. Этот процесс, традиционно рассматриваемый в социальной психологии (И. Гофман, Д. Майерс, Р. Чалдини, Р.Баумейстер и мн.др.), имеет значимую речевую составляющую: человек говорит о себе, представляет в желаемом свете свои дела и поступки. Между тем, несмотря на обилие работ и богатый фактический материал, относящийся к управлению производимым впечатлением, мотивам и функциям самопрезентации, ее стратегиям и техникам, психолингвистический аспект темы исследован явно недостаточно.

В этой связи особенно существенна проблема многообразия форм вербальной самопрезентации, далеко не все из которых имеют прямой и явный характер. Как показывают исследования последних лет, внимание к вербальной составляющей самопрезентации становится все более заметным. В работах разной ориентации – обращенных к изучению механизмов речи, семантике текста, анализу дискурса – с различных сторон обнаруживается роль самопрезентации в организации речи и дискурсивных процессах (Ушакова и др., 1995; Павлова, 2000; Стексова, 2001; Бос, Майер, 1993; Potter, Wetherel, 1989).

Проблему вербальной самопрезентации в новом аспекте раскрывают исследования интенциональных оснований речи и дискурса. С позиций подхода, получившего известность как «интент-анализ», реконструируются актуальные интенции субъекта, имеющие выражение в речи (Ушакова и др., 1995, 2000; Павлова, 2000). В структуре этих интенций, тесно связанных как с личностной сферой субъекта, так и с текущим общением, немаловажное место занимает интенция самопрезентации. К вопросу о роли этой интенции в разных условиях коммуникации, формах ее выражения и факторам, на это влияющим, обращена настоящая работа.

Актуальность такого направления исследований определяется перспективностью изучения интенциональных характеристик речи и дискурса для психологической теории и практики. Интенции субъекта составляют психологическую основу речи и во многом определяют, что именно и каким образом говорится, как протекает взаимодействие с собеседником или аудиторией. Изучение интенционального подтекста, раскрывающее неразрывную связь речевого содержания с устремлениями субъекта в текущем акте общения, необходимо для описания процессов формирования и передачи смысла, развития представлений о коммуникативном назначении человеческой речи. Такие значимые в

современной науке темы, как речевое общение, диалог, понимание непосредственно связаны с изучением интенциональной основы дискурса. Разработки в рассматриваемой области актуальны в практическом отношении. Данные о формах выражения интенционального состояния коммуникантов важны в психологической экспертизе. Их востребованность определяется также возрастающим интересом к совершенствованию навыков речи, оптимизации понимания, мерам информационной психологической безопасности.

**Объектом исследования** выступает речь в различных коммуникативных ситуациях: выступления ученых в официальных научных обсуждениях, предвыборные выступления политиков в СМИ, диалог в условиях психологического консультирования, повседневный бытовой разговор.

В качестве **предмета исследования** рассматривается интенция самопрезентации субъекта.

**Целью диссертационной работы** является теоретический и эмпирический анализ интенции самопрезентации субъекта в разных условиях коммуникации.

**Задачи исследования:**

1. Провести теоретический анализ исследований по проблеме самопрезентации, показав перспективность интенционального подхода к ее изучению.
2. Провести эмпирическое исследование интенциональных характеристик речи в разных коммуникативных контекстах: в официальных научных обсуждениях, психологическом консультировании, повседневно-бытовых разговорах.
3. На основе теоретического анализа и эмпирических данных охарактеризовать особенности интенции самопрезентации.
4. Выявить место и роль интенции самопрезентации в общей интенциональной структуре исследуемых видов дискурса (научного, консультационного, повседневно-бытового).
5. Осуществить сравнительный анализ самопрезентации в широком круге коммуникативных ситуаций и выявить коммуникативные факторы, влияющие на выраженность интенции самопрезентации и ее вербальные формы.

**Общая гипотеза исследования** состоит в том, что в разных коммуникативных контекстах (видах дискурса) интенция самопрезентации субъекта выступает в своеобразном сочетании с другими характерными интенциями, от места в общей структуре которых зависят ее выраженность и вербальные формы проявления.

**Методологическую и теоретическую основу исследования** составили: положения системного подхода (Б.Ф. Ломов, В.А. Барабанщиков, Д.Н. Завалишина, А.А. Митькин),

принцип общения Б.Ф. Ломова и психосоциальный принцип А.Л. Журавлева, представления об интенциональных основаниях речи и дискурса (Т.Н. Ушакова, Н.Д. Павлова).

**Основным методическим средством исследования** служит метод интен-анализа, позволяющий реконструировать интенции субъекта по его речевой продукции. При сборе и обработке эмпирического материала использовались: метод «скрытого» магнитофона (Земская и др., 1978), система транскрипции вербального материала (Atkinson, Heritage, 1984). При обработке данных применялся программный пакет статистического анализа данных SPSS 15.0.0. Результаты экспертной оценки анализировались с использованием коэффициента согласованности (каппы) Коэна.

**Достоверность результатов исследования** обеспечивается: методологической обоснованностью работы; адекватно выбранными методами сбора и анализа эмпирических данных, соответствующими цели, задачам и объекту исследования; применением современных методов статистической обработки данных.

**Научная новизна исследования** состоит в том, что впервые исследование самопрезентации было осуществлено с позиции представлений об интенциональных основаниях речи и вербальной коммуникации. Выявлена двухкомпонентная структура интенции самопрезентации. Охарактеризованы место и роль данной интенции в общей интенциональной структуре разных видов дискурса (научного, консультационного). Показано, что важным фактором, влияющим на проявление и вербальную форму интенции самопрезентации, выступает ведущая целевая направленность дискурса и сопряженные с ней интенции субъекта.

**Теоретическая значимость исследования** определяется его вкладом в изучение интенционального аспекта речи и понимание роли выражаемых в ней интенций субъекта в процессе коммуникации. Выполненный цикл исследований выявляет влияние интенции самопрезентации на организацию консультационного, научного, повседневно-бытового дискурса. Интенция самопрезентации раскрывается как двухкомпонентная структура, роль, место и формы вербального проявления которой неразрывно связаны с другими актуальными интенциями субъекта в текущем акте общения и, в первую очередь, с его целевой направленностью. Расширяется также представление о формах вербальной самопрезентации, в том числе и неявных, которые раньше в большинстве исследований не рассматривались.

**Практическая значимость исследования** определяется возможностью использования его результатов для решения задач повышения эффективности вербальной коммуникации и оптимизации понимания. Представления о способах выражения интенции самопрезентации могут способствовать развитию коммуникативных навыков,

совершенствованию приемов, необходимых человеку для успешного достижения собственных целей и лучшего понимания смысла сказанного собеседником. Данные о специфике интенционального подтекста разных видов дискурса важны в разработке вопросов психологической экспертизы текстов и информационной психологической безопасности. Они могут быть использованы также в консультационной практике и психологических тренингах.

#### **Положения, выносимые на защиту.**

1. Психологической основой самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации выступает двухкомпонентная интенциональная структура, в которой направленность субъекта на себя (самохарактеризация) сочетается с направленностью на другого – собеседника, аудиторию (воздействие). Направленность на себя, которая является базовой в процессе самопрезентации, испытывает влияние направленности субъекта на собеседника, приобретая конкретное соотнесенное с адресатом выражение.

2. В разных условиях коммуникации интенция самопрезентации занимает различное место в общей интенциональной структуре дискурса. В предвыборной политической ситуации, а также в условиях психологического консультирования это место центральное, определяющее влияние направленности субъекта на самопрезентацию на другие интенциональные характеристики. В условиях официальных научных обсуждений роль данной интенции менее значительна: она проявляется в связи с другими интенциями субъекта (сформировать представления, убедить в правоте), нередко играющими существенную роль в этом контексте.

3. Важным коммуникативным фактором, актуализирующим интенцию самопрезентации или, напротив, препятствующим ее проявлению, является ведущая целевая направленность дискурса. Если самопрезентация выступает условием достижения целей общения, она проявляется широко, в том числе в открытой и явной форме. В условиях, не предполагающих самопрезентации для реализации целей коммуникации, ее выражению, зачастую неявному, могут способствовать другие актуальные в данных условиях интенции субъекта. В противоречии с ведущей целевой направленностью дискурса интенция самопрезентации обычно не проявляется.

**Апробация работы.** Основные положения диссертации обсуждались на заседаниях лаборатории психологии речи и психолингвистики ИП РАН. Теоретические и эмпирические результаты исследования докладывались на Научной конференции ИП РАН (Москва, 2008), 4-ой Международной конференции «Коммуникация-2008» (Москва, 2008), конференции «Ситуационная и личностная детерминация дискурса» (Москва, 2006). Они представлены также в материалах Всероссийской конференции «Познание в структуре общения» (Москва,

2008), Международной научной конференции «Язык – сознание – культура – социум» (Саратов, 2008), II Международной научно – практической конференции «Актуальные проблемы психолингвистики» (Украина, Переяслав – Хмельницкий, 2007), IV Всероссийского съезда РПО (Ростов-на-Дону, 2007), Юбилейной научной конференции ИП РАН (Москва, 2007). Основные результаты исследования отражены в 13 публикациях.

**Структура и объем работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. Объем диссертации составляет 152 страницы. В работе содержится 6 таблиц и 17 рисунков. Список литературы включает 155 наименований, в том числе 54 на иностранном языке.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертационной работы, определяются цель, задачи, объект, предмет исследования, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость, формулируется гипотеза и положения, выносимые на защиту.

**Первая глава «Интенция самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации: теоретический анализ»** включает 3 основных раздела: раздел, посвященный теоретическому анализу исследований самопрезентации; обзор представлений о речи и ее функциях; описание интенционального подхода к речи и вербальной коммуникации, обоснование его использования в изучении самопрезентации и представления о ней как двухкомпонентной интенциональной структуре.

В **первом разделе** главы «Представление о самопрезентации, ее роли в коммуникации и формах речевого выражения» раскрывается современное понимание самопрезентации как процесса представления себя другим, способствующего реализации цели субъекта в определенной коммуникативной ситуации (параграф 1.1.1).

Обсуждаются основные результаты изучения проблемы самопрезентации в отечественных и зарубежных исследованиях, в том числе психолингвистической направленности (параграфы 1.1.2. – 1.1.3).

Отмечается заслуга И. Гофмана, впервые глубоко осветившего проблему и рассматривавшего самопрезентацию как процесс управления индивидом производимым впечатлением с целью контролирования поведения других людей и особенно их ответной реакции на производимые действия (Гофман, 2000).

Приводятся результаты дальнейших исследований, раскрывающих мотивы, цели и функции самопрезентации, ее стратегии и техники, личностные и ситуационные детерминанты (Амяга, 1998; Крижанская, Третьяков, 1999; Хараш, 1997; Калмыкова, Мергенталлер, 1998; Лабунская, 2005; Жуков, 1988; Федорова 2006, 2007; Михайлова, 2007; Соколова - Бауш, 1999; Майерс, 1996; Чалдини, 2000; Cialdini, Richardson, 1980; Snyder, 1974; Fenigstein, 1979; Fenigstein, Scheier, Bass, 1975; Jones, Pittman, 1982; Arkin, 1981; Schutz, 1972; Baumeister, Steinhilber, 1984; Harre, 1979; Shlenker, Weigold, 1992; Leary, Kowalski, 1990; Swann, 1985; Schlenker, 1980).

Анализ показывает, что проблема самопрезентации широко и разносторонне исследуется. Исследования разнятся в терминологии, неодинаковая роль отводится ситуативным и личностным переменным. Однако с каких бы позиций не проводился анализ, подчеркивается значимость самопрезентации в общении, ее влияние на процесс коммуникации. При этом, несмотря на обилие работ и богатый фактический материал, лишь в ряде исследований обозначается психолингвистический аспект проблемы (Федорова, 2007; Jones and Pittman, 1982; Бос, Майер, 1993; Стексова, 2001). Между тем, значение речи в самопрезентации трудно переоценить.

Перспективы исследования психолингвистического аспекта темы наметились в связи с формированием коммуникативного подхода, предусматривающего изучение речи в структуре общения, в соотношении с ситуацией и партнером общения. Как развивались исследования речи и какие возможности ее изучения открывает коммуникативный подход – эти вопросы анализируются во **втором разделе** главы «Представления о речи, ее природе и функциях».

Как показывает анализ (параграф 1.2.1), проблема речи долгое время ставилась в психологии в контексте взаимоотношения речи и мышления (Рубинштейн, 2007; Лурия, 1979). При такой постановке на первый план выходила не коммуникативная функция речи, а ее роль в обеспечении умственной деятельности, планировании, осмыслении, преодолении затруднений (Л.С. Выготский, А.Н. Соколов, Б.Ф. Баев).

Проблема отношения речи к мышлению оставалась центральной и с развитием психолингвистики, когда фундаментальное значение приобрел тот факт, что язык и речь призваны выражать смысл. Большое внимание уделяется проблемам внутренней речи (Ананьев, 1960; Жинкин, 1964; Леонтьев, 1969; Лурия, 1979; Ушакова, 1980 и др.). Усилия психологов и лингвистов сосредоточились также на изучении текста – целостной речевой структуры, в которой выражается замысел говорящего и на уровне которой осуществляется понимание. Поднимаются вопросы организации текста, связанности между собой текстовых высказываний (Н.И. Жинкин, Т.М. Дридзе, И.А. Зимняя, Т.М. Николаева, Л.П. Добраев,



Т. van Dijk, F. Danes и др.), разрабатываются модели понимания текста и речепорождения (Т. ван Дейк, В. Кинч, А.А. Леонтьев, Т.Н. Ушакова, Т.В. Ахутина, И.А. Зимняя и др.).

Раскрывая роль речи в передаче мысленного содержания, эти исследования, как отмечает Б.Ф. Ломов (Ломов, 1984), вместе с тем, оставляют открытыми многие вопросы речевого общения, которое в существенной части остается неизученным.

Проблемы, накапливающиеся при изучении текста, преодолевает коммуникативный подход, предусматривающий изучение речи в системе коммуникативных отношений (параграф 1.2.2.).

Выступая реализацией системной методологии и принципа общения в исследовании речезыковых явлений (Павлова, 2000), коммуникативный подход обращается к изучению дискурса – «речи, погруженной в жизнь», с учетом всех влияющих на ее производство и понимание ситуационных, прагматических, социо-культурных и др. факторов (Арутюнова, 1998; ван Дейк, 1989; Harre & Stearns, 1995). Исследования дискурса, приобретающие междисциплинарный характер, проводятся в рамках разговорного анализа (Н. Sacks, G. Jefferson, J. Heritage и др.), социолингвистического анализа коммуникации (U. Ammon, В. Gardin и др.), дискурсивной психологии (R. Harre, J. Potter, M. Wetherell) и др. (Журавлев, Павлова, 2007).

Поскольку коммуникативный подход позволяет исследовать связь содержания речи с адресатом и ситуацией, новые возможности открываются и в изучении вербальной самопрезентации.

Далее рассматриваются исследования интенциональности речи и интенционального пространства дискурса, составившие основу подхода к изучению самопрезентации в настоящей работе (параграф 1.2.3.). Рассматривается понятие интенциональности в работах Ф. Brentano, К. Штумпфа, А. Майнонга, Э. Гуссерля, Дж. Серля, а также связанное с ним представление о предметной направленности сознания в работах С.Л. Рубинштейна. Обсуждаются достижения теории речевых актов и соответствующих направлений исследования (Остин, 1986; Серль, 1986, 1987; Стросон, 1986; Hundsnurscher, 1989; Franke, 1990; Fritz, 1991).

Особое внимание уделяется интен-анализу – психологическому методу изучения выражаемых в речи интенций субъекта, получившему развитие в лаборатории психологии речи и психолингвистики Института психологии РАН (Т.Н. Ушакова, Н.Д. Павлова, В.В. Латынов, И.А. Зачесова и др.).

Подчеркивается, что, занимаясь реконструкцией интенциональных оснований речи, интен-анализ выходит на крупные проблемы рассматриваемой научной области такие, как природа и механизмы речи (Т.Н. Ушакова), речевое развитие (Т.Н. Ушакова, И.А. Зачесова),

взаимодействие собеседников (Н.Д. Павлова, И.А. Зачесова), организация дискурса и его видов (Н.Д. Павлова).

В специальном параграфе (1.2.4.) освещаются методические установки интент – анализа и апробированные в работах Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой, В.В. Латынова и др. исследовательские процедуры.

Очерчиваются основные принципы интент-анализа при проведении исследований в дискурсивной парадигме (Павлова, 2000, 2002), предусматривающие анализ коммуникативной ситуации, рассмотрение дискурса как единого семантического целого, различные формы валидации получаемых результатов и др.

В целом проведенный анализ позволяет заключить, что исследования с позиций интент-анализа раскрывают интенции субъекта как психологическую основу речи и ее функционирования в коммуникации. Разные виды дискурса имеют свой интенциональный подтекст, во многом определяющий выбор средств выражения, приемы воздействия, круг обсуждаемых тем. При этом в числе других интенциональных составляющих дискурса важное место занимает интенция самопрезентации субъекта. Эта интенция требует специального детального изучения, что позволит полнее раскрыть ее роль в коммуникации и подойти к вопросу о влиянии коммуникативных факторов на способы ее проявления.

В **третьем разделе** главы «Интенциональный подход к исследованию самопрезентации» аргументируется представление об интенции самопрезентации как направленности субъекта на представление себя другим в ходе коммуникации (параграф 1.3.1.) и приводятся результаты исследований, констатирующих проявление интенции самопрезентации в речи политиков (параграф 1.3.2.).

Отмечается, что первые шаги в этом направлении были сделаны в ряде коллективных работ лаборатории психологии речи и психолингвистики ИП РАН еще в середине 90-ых г.г. (Ушакова, Латынов, Павлова, Павлова, 1995; Ушакова, Цепцов, Алексеев, 1998). В этих работах самопрезентация трактовалась как направленность субъекта на себя и своих сторонников, что не учитывало, однако, ее партнер – ориентированной составляющей, предполагающей, вместе с тем, направленность на адресата речи.

В варианте более близком принятому пониманию самопрезентация представлена в исследованиях Н.Д. Павловой, где интенциональная структура предвыборных выступлений раскрывается как иерархически организованная система (Павлова, 2000). Здесь направленность на выигрышную самопрезентацию (апологизацию собственной кандидатуры) образует средний уровень системы: она подчиняет интенции нижнего уровня, связанные с направленностью на анализ окружающей действительности, и, в свою очередь,

испытывает влияние направленности на аудиторию, агитацию, приобретая при этом определенное, соотнесенное с адресатом выражение.

В дальнейших исследованиях (Павлова, Григорьева, Пескова, 2007) было показано, что направленность на себя в политическом дискурсе проявляется не только как апологизация личных качеств и действий (демонстрация смелости, честности, готовности действовать и пр.), но и как идентификация, отождествление себя с избирателем. Обнаруживаются, кроме того, стремление завуалировать или оправдать негативные факты и совершенные действия, а также так называемые «самоохранительные» интенции – избежать политической конфронтации, ответственности за свои слова и поступки, спасти или сохранить лицо, которые служат позитивной самопрезентации не только в настоящем, но и в перспективе. Такие интенции, вносящие свою лепту в самопрезентацию кандидата, широко проявляются в неопределенности используемого языка – абстрактности и размытости обозначений, многозначности понятий, употреблении безличных или пассивных конструкций.

В целом, полученные результаты свидетельствуют: интенция самопрезентации неизменно присутствует в речи политиков. Занимая в интенциональной структуре политического дискурса центральное место, она выступает в своеобразном сочетании с другими характерными интенциями. При этом ведущая интенциональная направленность политического дискурса (оказание воздействия) предполагает самопрезентацию как необходимое условие достижения целей общения, и в этих условиях самопрезентация реализуется широко и нередко в прямой, явной форме.

Проведенный нами теоретический анализ и рассмотрение данных, полученных при исследовании политического дискурса, позволяют выдвинуть представление о самопрезентации как своего рода двухкомпонентной интенциональной структуре, в которой направленность субъекта на себя сочетается с направленностью на другого (параграф 1.3.3.).

Первая составляющая предполагает самохарактеризацию: субъект направлен на себя, говорит о себе, что, очевидно, в других контекстах (не политическом) может осуществляться и без какого-либо намерения произвести конкретное впечатление и оказать воздействие на адресата речи. Вторая составляющая - воздействие - предусматривает стремление, охарактеризовав себя определенным образом, произвести впечатление на партнера по коммуникации (или аудиторию) и через это воздействовать на него. В структуре самопрезентации обе интенциональные составляющие неразрывно связаны между собой, причем, учитывая ведущую роль направленности на партнера в общении, можно говорить о наличии иерархии: направленность на себя, которая является базовой в процессе самопрезентации, испытывает модифицирующее влияние направленности субъекта на

собеседника, приобретая, тем самым, конкретное соотнесенное с адресатом выражение. Рассмотренное представление об интенциональной структуре самопрезентации (на примере политического дискурса) в схематичной форме отражает рисунок 1.



Рис. 1. Интенциональная структура самопрезентации в предвыборном дискурсе. Показаны интенциональные составляющие самопрезентации (направленность политика на себя – самохарактеризация, и направленность на избирателя – воздействие), соответствующие этим направленностям типовые интенции политиков. Дуговая стрелка отображает влияние направленности на оказание воздействия на линии самохарактеризации субъекта.

Представление о двухкомпонентной структуре интенции самопрезентации было использовано в проведенных нами эмпирических исследованиях, где подверглось верификации и получило дальнейшую конкретизацию.

**Вторая глава «Исследование интенции самопрезентации в различных коммуникативных контекстах (видах дискурса)»** посвящена эмпирической проверке выдвинутой гипотезы. В ней представлены результаты исследования интенции самопрезентации в дискурсе психологического консультирования (раздел 1), научном дискурсе (раздел 2), а также анализ особенностей ее проявления в широком круге коммуникативных ситуаций (раздел 4).

В первом разделе главы обсуждаются результаты исследования интенции самопрезентации в ситуации психологического консультирования.

В начале (параграф 2.1.1.) с учетом существующих в литературе данных, а также анализа специфики коммуникативной ситуации отмечаются особенности психотерапевтического дискурса: непосредственный характер общения, конкретные прагматические цели взаимодействия и др.

Далее описываются результаты эмпирического исследования, проведенного на материале первичной беседы психолога-консультанта с клиентом (дискурс психологического консультирования) (параграф 2.1.2.).

Процедура исследования включала аудиозапись беседы, ее транскрибирование по соответствующей схеме (Atkinson, Heritage, 1984) и проведение интен-анализа. Предусматривалось: 1.Выделение основных референциальных объектов высказываний. 2.Определение приписываемых этим объектам характеристик (дескрипторов). 3.Типологизация дескрипторов. 4.Квалификация соответствующей типу дескриптора интенциональной направленности. 5.Экспертная оценка результатов.

Исследование, материалом которого послужили 20 консультационных бесед, проводилось в несколько этапов, предусматривающих последовательную детализацию интенциональной структуры дискурса.

На первом этапе выявлялись основные, наиболее явные интенции и интенциональные структуры, характерные для рассматриваемой ситуации. Было показано, что в ситуации психологического консультирования главным референциальным объектом высказываний клиента является его собственное Я (более 80 % высказываний). Дескрипторы данного объекта отражают линии самохарактеризации субъекта, причем основной линией выступает характеристика себя как человека больного, отягощенного большим количеством разнообразных проблем (70 % высказываний). Присутствует также характеристика по линии социально одобряемых профессиональных и личностных качеств, которая выражена менее значительно (10 % высказываний).

Направленность на себя (самохарактеризация) выступает наиболее явной особенностью высказываний клиента. Однако, как явствует из анализа коммуникативного контекста, цель психологического консультирования состоит прежде всего в получении помощи, разрешении имеющихся проблем. Именно эта более общая направленность, не имеющая, как правило, открытого вербального проявления, определяет интенциональное состояние клиента, придавая направленности на себя конкретный характер. Клиент стремится получить от психолога помощь, и направленность на него определяет содержание и основные линии самохарактеризации. Отмечается стремление вызвать отклик, сочувствие и, вместе с тем, стремление не уронить себя в глазах собеседника, обнаружив определенные профессиональные и личностные качества.

Описанная интенциональная структура, сочетающая направленность на себя (самохарактеризацию) и направленность на адресата речи (психолога), составляет основу самопрезентации в дискурсе психологического консультирования (рис. 2).

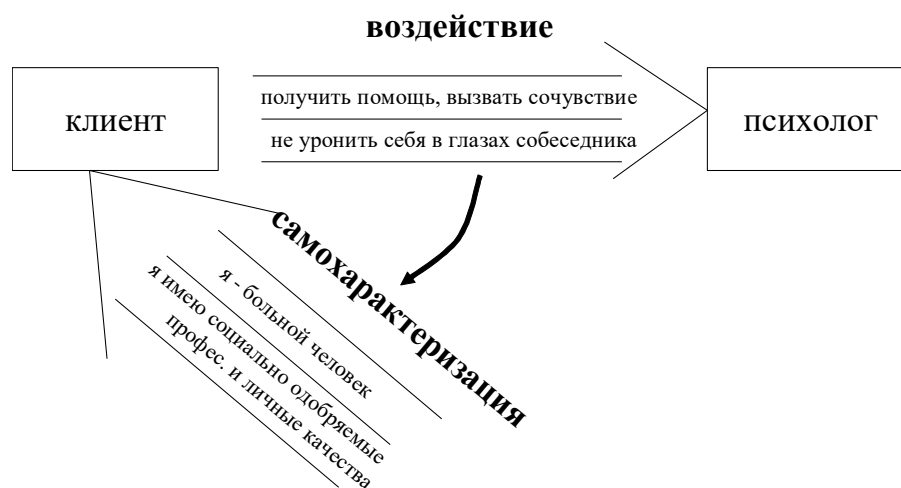


Рис. 2. Интенциональная структура самопрезентации в дискурсе психологического консультирования. Показаны интенциональные составляющие самопрезентации (направленность клиента на себя – самохарактеризация, и направленность на психолога – воздействие), соответствующие этим направленностям типовые интенции клиента. Дуговая стрелка отображает влияние направленности на оказание воздействия на линии самохарактеризации субъекта.

На втором этапе исследования были дополнительно включены в рассмотрение такие референциальные объекты, которые, хотя и присутствуют в высказываниях, но отмечаются нерегулярно («внешние обстоятельства», «другие люди»). Были выявлены интенции, проявляющиеся в связи с обсуждением подобных объектов. Так, было показано, что «внешним обстоятельствам» клиент атрибутирует причины своего состояния, референциальный объект «другие люди», как правило, связан с обвинениями со стороны клиента, а «болезнь» (болезненное состояние) с направленностью на ее принятие или неприятие. Были обнаружены и другие интенции, направленные на себя (самообвинение, самооправдание), в том числе и опосредованные обсуждением подобных референциальных объектов. Сводные данные первого и второго этапа исследования представлены в таблице 1.

На заключительном этапе работы решалась задача моделирования интенциональной структуры дискурса психологического консультирования в целом, с учетом выявленных интенций, их иерархии и взаимосвязей. Чтобы подойти к этому вопросу, были описаны интенциональные структуры дискурса, относящиеся к каждому отдельному случаю.

Проведенный анализ позволил характеризовать общее и особенное в интенциональной организации дискурса психологического консультирования: выявились типовые интенции и интенциональные структуры и, вместе с тем, специфика интенционального состояния клиента, связанная с конкретным случаем.

**Таблица 1. Интенции клиента, имеющие наиболее явное проявление в дискурсе психологического консультирования: набор, количественная представленность, формы выражения.**

Референциальные объекты	Интенции	Количественная представленность, %	Примеры высказываний
Я (клиент)	представление себя как человека больного, имеющего психологические проблемы и болезненные переживания	70	<i>«вот такая напряженность, нет как бы такого покоя» «нарушения сна меня беспокоят» «боялся из дому выйти»</i>
	выявление своих позитивных качеств	10	<i>«у меня своя фирма» «я – добрый»</i>
	самооправдание	3	<i>«не могу работать – плохо чувствую себя» «боролся до последнего»</i>
	самообвинение	3	<i>«много ошибок сделал сам» «сам я ненормальный»</i>
Другие	обвинение	4	<i>«дело в родителях, которые кричат, называют уродом» «врачи не помогли»</i>
Внешние обстоятельства	атрибуция причин своего состояния	5	<i>«работа меня давно не устраивает, развод недавно был; так что много проблем есть - профессия, развод» «дома - стрессы»</i>
Болезнь	принятие	2	<i>«уже ничего нельзя сделать, исправить» «я просто болен с детства, болезнь и больше ничего»</i>
	непринятие	3	<i>«не считаю себя психом» «абсолютно здоровый человек – просто такое состояние»</i>

Полученные данные, обнаруживают центральное место интенции самопрезентации в интенциональной структуре дискурса психологического консультирования. Эта типовая интенция имеет двухкомпонентную структуру и выступает как сочетание направленности на характеризацию себя в качестве человека больного, но имеющего позитивные личные качества и социальный статус, с направленностью на психолога-консультанта. Стремление получить помощь, не уронить себя в глазах собеседника обуславливают линии характеристики и во многом определяют актуальное интенциональное состояние клиента. Другие интенции, показательные для консультационного дискурса, имеют менее регулярный характер и прямо или косвенно служат самопрезентации (обвинение других людей, атрибуция причин своего состояния внешним обстоятельствам, самооправдание и пр.).

Каждая консультационная беседа обнаруживает свои интенциональные особенности. Своеобразие конкретных случаев проявляется в наборе референциальных объектов высказываний, выраженности тех или иных связанных с ними интенций. Неизменной

остаётся направленность субъекта на самопрезентацию – наиболее общая составляющая интенциональной структуры консультационного дискурса.

Выявляются также способы выражения интенций в дискурсе. Показано, что направленность на себя проявляется, как правило, в открытой форме. Описаны, вместе с тем, и косвенные способы выражения интенции самопрезентации, когда, к примеру, обсуждение внешних обстоятельств и атрибуция им причин своего состояния служат самооправданию и, одновременно, выступают косвенной формой самопрезентации.

В параграфе 2.2.3. приводятся результаты экспертной оценки проведенного исследования. Экспертную группу составили 7 специалистов в области психолингвистики, имеющих опыт проведения интен-анализа. Высокий уровень согласованности оценок экспертов с данными проведенного анализа (значение каппы Коэна  $k=0.74$ ; частотное распределение экспертных оценок: 60 % утверждений, соответствующих выявленным интенциям, получили оценку «согласен», 30 % - оценку «вероятно»), говорит о надежности полученных в исследовании результатов.

Результаты экспертной оценки обнаруживают также влияние способа речевого выражения интенций на их идентификацию. Чем в большем объеме высказываний проявляется интенция, тем достовернее она идентифицируется, чем в более открытой форме интенция представлена, тем с большей уверенностью она опознается.

**Второй раздел** главы «Интенциональная структура научного дискурса и место в ней интенции самопрезентации» посвящен изучению интенциональных характеристик речи в другом коммуникативном контексте – в условиях официальных научных обсуждений.

В параграфе 2.2.1. обсуждаются характерные особенности научного дискурса, а также вопросы, касающиеся специфики передачи научного знания и функционирования научного сообщества.

Отмечается, что с учетом тех принципов, которые декларируются научным сообществом в качестве определяющих для науки - постижение истины, получение нового знания и его передача, объективность и беспристрастность (Merton 1973; Аликаев, 1999; Карасик, 2004), релевантным было бы представление о нивелировании исследуемой интенциональной направленности на самопрезентацию в данном виде дискурса. Однако выявляемые исследователями особенности научного дискурса свидетельствуют о расхождении между формулируемыми нормами научного общения и их реализацией на практике (Гилберт, Малкей, 1987; Кирилина, Маслова, 2007 и др.). Эти данные, а также представление об интенциональном пространстве дискурса (Павлова, 2000, 2004, 2007) позволяют предположить наличие у субъектов общения не только направленности на научную



действительность (обсуждаемую проблему), но и направленность на себя, а также на адресата (коммуникативного партнера).

Указанное предположение составило основу эмпирического исследования (параграф 2.2.2.), материалом которого послужили записи научных обсуждений, происходивших в официальной обстановке в рамках заседаний Ученого Совета. Коммуникативная ситуация предполагала рассмотрение той или иной научной проблемы в форме доклада с последующей дискуссией. В дискуссии принимали участие, как минимум, двое собеседников, которые общались в жанре «вопрос – ответ» и/или высказывали свою точку зрения в форме выступления. Кроме того, в ситуацию общения была включена аудитория - представители научного сообщества, что также учитывалось при проведении анализа.

Речевой материал, составивший в общей сложности 10 развернутых обсуждений (заседаний Ученого Совета), записывался на диктофон и подвергался транскрипции по соответствующей схеме. Интент-анализ проводился с использованием той же процедуры, что и при изучении консультационного дискурса.

На первом этапе исследования выявлялись основные, наиболее явные интенции, характерные для рассматриваемой ситуации. Были обнаружены четыре типовых референциальных объекта высказываний в научном обсуждении: научная проблема, партнер по коммуникации (другой ученый), аудитория (научное сообщество), собственное Я ученого. Главным референциальным объектом высказываний ученых, согласно полученным данным, является научная проблема. Именно на нее направлено основное количество (до 80 %) наиболее явных интенций коммуникантов. Весомое, но менее значительное место занимают в научном дискурсе интенции, направленные на другого ученого (до 30 % от общего количества). Такие референциальные объекты, как «Я» и «аудитория» представлены незначительно (в среднем по текстам 5 % и 2 %, соответственно).

Таким образом, основу интенциональной структуры данного вида дискурса составляют четыре имеющие различную выраженность интенциональные направленности: направленность на обсуждение научной проблемы, направленность на партнера (другого ученого), направленность на аудиторию (научное сообщество) и направленность субъекта на себя. Каждая из этих четырех направленностей представлена набором характерных интенций, актуальных в рассматриваемой ситуации и достаточно явно выражаемых учеными при обращении к соответствующим референциальным объектам. Так показано, что направленность на научную проблему выражается в стремлении изложить или уточнить результаты исследования, осуществить анализ проблемы, конкретизировать представленные факты и др. Направленность на другого ученого проявляется в форме таких интенций, как выяснение позиции, выражение отношения, обращение с советом или пожеланием,

уточнение взаимопонимания. Направленность на себя - в стремлении обозначить собственный вклад в изучаемую проблему. Направленность на аудиторию – в привлечении и удержании внимания, стремлении установить контакт. В обобщенном виде полученные данные представлены в таблице 2.

**Таблица 2. Интенции ученых, имеющие наиболее явное проявление в научном дискурсе: набор, количественная представленность, формы выражения.**

Референциальные Объекты	Интенции	Количественная представленность, %	Примеры высказываний
Научная Проблема	изложение и уточнение результатов, конкретизация представленных фактов, объяснение, анализ, обозначение позиции	67	«Чем определен был уровень этих коэффициентов?» «Эти коэффициенты имеют разную величину. Если вы возьмете эти коэффициенты по одному уровню, то область будет маленькая, по другому – широкая, а по третьему – вообще будет весь мозг» "Здесь имелась ввиду способность к самостоятельному творческому мышлению в контексте интенсивно развивающегося направления..."»
Я (говорящий субъект)	демонстрация собственного вклада в изучение проблемы	5	«Дело в том, что в своей работе я тоже осуществил попытку системного подхода» «...система единиц, которую я предлагаю...»
Партнер	выяснение позиции	11	«Как Вы понимаете стиль мышления?» «Вы к какому-нибудь выводу пришли по отношению к этой концепции?»
	выражение отношения	9	«...у Вас обработка велась серьезно» «В Вашем очень ясном и содержательном докладе...»
	совет, пожелание	5	«И вот, я думаю, дальнейшим шагом может быть...дальнейшая дифференциация этапов, определенная модификация методик...»
	уточнение взаимопонимания	1	«Конечный ответ должен быть предметным или операциональным. Правильно?»
Аудитория (научное сообщество)	привлечение и удержание внимания, установление контакта	2	«70 процентов. Что это значит? Что именно тогда, когда...»

На следующем этапе с учетом всего коммуникативного контекста, в том числе возможных прагматических целей участников (защитить диссертацию, утвердить тему и пр.) осуществлялась дальнейшая детализация интенциональной структуры научного дискурса. Обнаружилась совокупность других, менее явных интенций, формирующих основные интенциональные направленности субъектов общения: убедить в правоте, сформировать определенные представления, поддержать свой статус, побудить к действию, обнаружить

свою принадлежность к научному сообществу, продемонстрировать профессиональные и личные качества. Оказалось, что несмотря на то, что наиболее выраженной интенциональной направленностью научного дискурса является направленность на научную проблему, не всегда она выступает ведущей: определяющую роль в дискурсе могут играть «скрытые», неявно выраженные устремления.

В зависимости от ведущей интенциональной направленности и набора референциальных объектов выявляются следующие варианты интенциональной структуры научного дискурса. Первый вариант относится к тем случаям, когда отчетливо проявляется стремление ученого уточнить неясность, уяснить факты, проанализировать аспекты проблемы. Ведущей интенциональной направленностью выступает направленность на обсуждаемую проблему. В связи с этой общей направленностью могут проявляться и интенции, направленные на другого ученого: стремление выяснить его позицию, задать уточняющий вопрос и др. При этом самопрезентация в высказываниях субъекта обычно не выявляется. В другом варианте в научных обсуждениях на первый план выходит направленность на аудиторию, оказание воздействия. Так, ученый, представляющий результаты своей работы, нацелен всего на то, чтобы сформировать у присутствующих определенное представление об исследуемой области и достигнутых им результатах, он стремится убедить коллег в оправданности выводов, в весомости сделанного и даже побудить их к действиям (например, голосованию «за»). В связи с общей направленностью на оказание воздействия, не имеющей открытого вербального выражения, но проявляющейся в способах представления полученных результатов, может обнаруживаться и служащая ей интенция самопрезентации субъекта. Менее распространен третий вариант интенциональной структуры дискурса, когда самопрезентация играет заметную роль и проявляется в широкой и открытой демонстрации ученым личного вклада в изучение обсуждаемой проблемы. Отчетливое проявление интенции самопрезентации сопряжено с реализацией таких устремлений, как получить признание, одобрение, поддержать или повысить собственный статус.

Выявленные варианты позволили решить задачу моделирования типовой интенциональной структуры научного дискурса, отражающей основные интенциональные направленности и их характерные составляющие, а также выделить общее и особенное в интенциональной организации научного дискурса. Каждый диалог или выступление ученых обнаруживает свои интенциональные особенности, проявляющиеся в ведущей интенциональной направленности субъектов общения, в наборе референциальных объектов высказываний и выраженности связанных с ними интенций. При этом неизменной выступает

направленность субъекта на обсуждение научной проблемы – наиболее регулярная составляющая интенциональной структуры научного дискурса.

Следующий этап исследования был сфокусирован на анализе интенции самопрезентации субъекта, которая по данным предыдущих этапов, хоть и не занимает значимого места в интенциональной структуре научных обсуждений, но может в них обнаруживаться.

Показано, что в случае проявления интенции самопрезентации в научных обсуждениях она имеет двухкомпонентную структуру и выступает как сочетание направленности ученого на себя, самохарактеризацию (обнаружение собственного вклада в изучаемую проблему, профессиональных и личных качеств, принадлежности к научному сообществу) и направленности на научное сообщество (рис.3). Стремление оказать воздействие на коллег (сформировать представление об исследуемой области, убедить в своей правоте, побудить к действиям) обуславливает линии самохарактеризации. Другие интенции, выражаемые в научном дискурсе, могут косвенно служить самопрезентации (критика результатов других ученых, стремление представить собственные результаты и пр.).

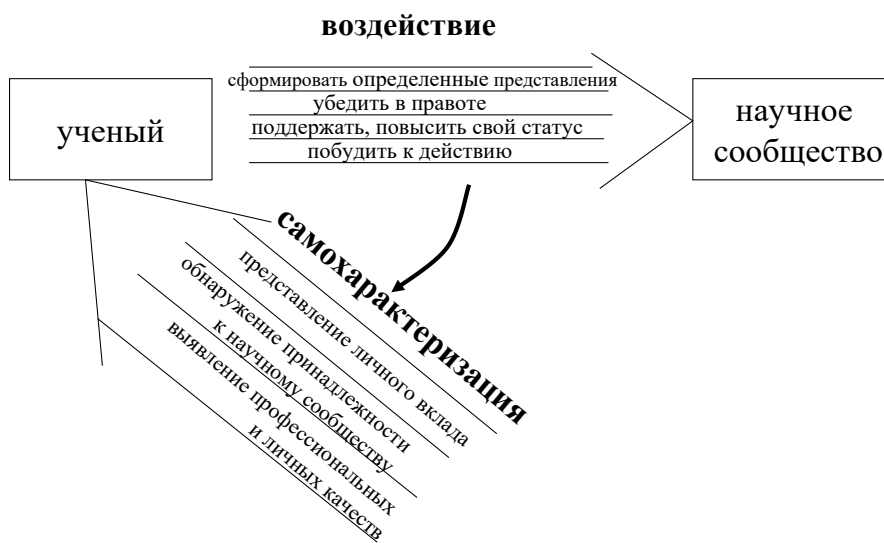


Рис. 3. Интенциональная структура самопрезентации в научном дискурсе. Показаны интенциональные составляющие самопрезентации (направленность ученого на себя – самохарактеризация, и направленность на научное сообщество – воздействие), соответствующие этим направленностям типовые интенции ученых. Дуговая стрелка отображает влияние направленности на оказание воздействия на линии самохарактеризации субъекта.

На заключительном этапе рассматривались способы выражения интенции самопрезентации в научном дискурсе и обсуждались его общие особенности. Отмечается, что согласно полученным данным, в официальном научном дискурсе преобладает обезличенная форма высказываний, исключая упоминание о субъекте действия, что соответствует нормам научного общения, установкам на объективность и беспристрастность

получаемого знания и, вроде бы, исключает самопрезентацию. Тем не менее, интенция самопрезентации проявляется в научном дискурсе, причем наиболее открыто обнаруживается стремление представить личный вклад в изучение обсуждаемой проблемы. Другие интенции, относящиеся к самохарактеризации, выявляются, как правило, в неявной форме, отражаясь в способах представления фактов, критике других работ и др. Обнаруживаемые особенности расходятся с декларируемыми нормами, и отвечают, по мнению ряда авторов, неформальному научному дискурсу.

В параграфе 2.2.3. приводятся результаты экспертной оценки проведенного исследования, выполненной группой экспертов в составе 7 специалистов – психолингвистов, имеющих опыт проведения интен-анализа. Высокий уровень согласованности оценок экспертов с данными осуществленного анализа (значение каппы Коэна  $k=0.82$ ; частотное распределение экспертных оценок: 68 % утверждений, соответствующих выявленным интенциям, получили оценку «согласен», 25 % - оценку «вероятно») подтверждает надежность полученных в исследовании результатов.

Результаты экспертной оценки обнаруживают также сходную с результатами по психотерапевтическому дискурсу тенденцию влияния способа речевого выражения интенций на их идентификацию: большая представленность в тексте и открытость форм выражения интенций позволяют достовернее и увереннее их идентифицировать.

**В третьем разделе** главы приводятся основные выводы сравнительного анализа места и роли интенции самопрезентации в различных видах дискурса: политическом, научном, психологического консультирования.

Отмечается, что в политическом и консультационном дискурсе интенция самопрезентации занимает центральное место. Ведущая целевая направленность этих видов дискурса предполагает самопрезентацию как необходимое условие достижения целей коммуникации. Самопрезентация в таких коммуникативных условиях реализуется достаточно широко, в том числе, и в прямой, явной форме.

В ситуации научных обсуждений декларируемые цели общения не предусматривают самопрезентацию. Однако направленность на аудиторию, оказание воздействия, в ряде случаев выступающая ведущей, ее не исключает, причем самопрезентация может даже способствовать ее реализации. В этом контексте интенция самопрезентации проявляется преимущественно в косвенной, неявной форме или в некоторых случаях вовсе не обнаруживается.

Структура интенции самопрезентации одинакова во всех рассматриваемых видах дискурса – это сочетание направленности на себя (самохарактеризация) и направленности на аудиторию (в дискурсе психологического консультирования – на психолога).

Представленность второй составляющей в политическом дискурсе наиболее выражена. Под влиянием этой составляющей, предусматривающей оказание воздействия, направленность на самохарактеризацию приобретает свойственное виду дискурса конкретное содержание и выражение.

В четвертом разделе «Интенция самопрезентации в широком круге коммуникативных ситуаций» представлены результаты исследования коммуникативных факторов, актуализирующих или, напротив, препятствующих проявлению самопрезентации в дискурсе и сказывающихся на ее формах.

В этой части исследования круг анализируемых коммуникативных ситуаций был значительно расширен. Помимо материалов, относящихся к предвыборной ситуации, официальным научным обсуждениям и консультационной психологической практике, рассматривались диалоги в условиях семейного бытового общения, разговоры в транспорте, в магазине, в гостях. Пополнение эмпирической базы исследования осуществлялось с привлечением корпуса данных (аудиозаписей и транскриптов) лаборатории психологии речи и психолингвистики ИП РАН и Института русского языка РАН (в общей сложности более 60 диалогов).

По результатам исследования были выявлены 3 типа коммуникативных ситуаций, в разной степени актуализирующих интенцию самопрезентации и влияющих на ее выраженность и формы. Ситуации первого типа вынуждают к вербальной самопрезентации, в них она реализуется всегда. Это ситуация знакомства, ситуации, предусматривающие вступление в контакт с людьми в ходе совместной деятельности или в целях осуществления профессиональных обязанностей, некоторые виды институционального дискурса (консультационный дискурс), предвыборная ситуация и рекламные кампании. Ситуации второго типа могут быть названы «открытыми». Они не предусматривают вербальной самопрезентации, но и не препятствуют ей: общение знакомых людей в неофициальном дружеском, семейном, служебном контексте; совместное времяпровождение незнакомых людей, случайно оказавшихся рядом в сходных обстоятельствах, некоторые ситуации профессионального общения (научный дискурс) и др. Ситуации третьего типа нерелевантны для вербальной самопрезентации, в них она, как правило, сколько-нибудь широко и открыто не реализуется (ситуации, предусматривающие коммуникацию в информационном жанре; взаимодействия, в том числе практические, между незнакомыми людьми в условиях ограниченного времени).

Анализ интенциональной структуры дискурса показывает, что важным коммуникативным фактором, сказывающимся на выраженности интенции самопрезентации, является целевая интенциональная направленность дискурса. Если цели общения

предполагают самопрезентацию как необходимое условие их достижения, соответствующая интенция реализуется широко, в том числе в явной и открытой форме. В условиях, когда самопрезентация напрямую не связана с целью коммуникации, эта интенциональная направленность может актуализироваться другими интенциями, возникающими по ходу коммуникации (показать превосходство, получить помощь, спросить совета, убедить в своей правоте и др.). Характер выражения данной интенции в этом случае может быть как явным, так и неявным. Самопрезентация обычно не проявляется, если противоречит ведущей целевой направленности дискурса.

Расширение круга коммуникативных ситуаций позволило также выявить и описать два вида самопрезентации - формальную самопрезентацию и самопрезентацию по существу, которые различаются по положению в разговоре и формам выражения. Первая предусматривает обозначение имени и/или фамилии говорящего с возможной экспликацией минимальной дополнительной информации о себе в соответствии с коммуникативным контекстом и, как правило, встречается в начале разговора, реже - в середине. Самопрезентация по существу более развернута. Она предполагает демонстрацию своих достижений, навыков, опыта, личностных черт и пр. и может реализовываться в любой момент разговора. Оба вида самопрезентации могут осуществляться как по воле говорящего субъекта, так и в ответ на требование или пожелание собеседника. В сочетании или по отдельности оба вида самопрезентации присутствуют в коммуникативных ситуациях первого и второго типов.

В **заключении** подводятся основные итоги диссертационной работы, обобщаются полученные результаты, обозначаются перспективы дальнейших исследований.

## **Выводы**

1. Интенция самопрезентации субъекта имеет двухкомпонентную структуру, в которой направленность субъекта на себя (самохарактеризация) сочетается с направленностью на другого (воздействие). Направленность на себя – базовая в процессе самопрезентации, испытывает модифицирующее влияние направленности субъекта на собеседника, приобретая соотнесенное с адресатом выражение.

2. Центральная гипотеза исследования о влиянии общей интенциональной структуры дискурса на выраженность и вербальное проявление интенции самопрезентации подтвердилась. Роль, место и формы проявления интенции самопрезентации неразрывно связаны с другими актуальными интенциями субъекта в текущем акте общения, и в первую очередь, с его целевой направленностью.

3. Ведущая целевая направленность дискурса выступает важным коммуникативным фактором, актуализирующим интенцию самопрезентации или, напротив, препятствующим ее

проявлению. Если самопрезентация выступает условием достижения целей общения, эта интенция проявляется широко, нередко в открытой форме. В условиях, не предполагающих самопрезентации для реализации целей коммуникации, ее выражению, зачастую неявному, могут способствовать другие актуальные в данных условиях интенции субъекта. В противоречии с ведущей целевой направленностью дискурса интенция самопрезентации обычно не проявляется.

4. Соответственно, выделяются три типа коммуникативных ситуаций, в разной степени актуализирующих интенцию самопрезентации субъекта и влияющих на ее выраженность и формы: ситуации, вынуждающие к вербальной самопрезентации как условию достижения целей коммуникации; «открытые» ситуации, не предусматривающие вербальной самопрезентации, но и не препятствующие реализации соответствующей интенции; ситуации, нерелевантные для вербальной самопрезентации, в которых эта интенция, как правило, сколько-нибудь широко и открыто не реализуется.

5. Ситуации психологического консультирования и предвыборных политических выступлений относятся к первому типу. В этих условиях интенция самопрезентации занимает в общей интенциональной структуре дискурса центральное место, определяющее влияние направленности субъекта на самопрезентацию на другие интенциональные характеристики.

6. В условиях официальных научных обсуждений, которые могут быть отнесены к ситуациям второго типа, роль данной интенции менее значительна: она проявляется в связи с другими интенциями субъекта (сформировать представления, убедить в правоте), зачастую играющими важную роль в этом контексте.

7. Реализованный подход позволяет характеризовать общее и особенное в интенциональной организации разных видов дискурса: выявляются типовые интенциональные направленности субъектов общения и, вместе с тем, интенциональная специфика конкретных случаев, проявляющаяся в наборе референциальных объектов высказываний, выраженности тех или иных связанных с ними конкретных интенций. Наиболее регулярной составляющей интенциональной структуры политического и консультационного дискурса выступает направленность на самопрезентацию, научного дискурса – направленность на обсуждение научной проблемы, тогда как интенция самопрезентации может как проявляться, так и отсутствовать.

8. Выделяются два вида самопрезентации, в сочетании или по отдельности присутствующие в коммуникативных ситуациях первого и второго типа, - формальная самопрезентация и самопрезентация по существу, различающиеся по положению в разговоре и формам выражения.



**Основные результаты диссертационной работы отражены в следующих публикациях:**

**Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК:**

1. Кубрак Т.А. Речевое выражение самопрезентации и ее место в интенциональной структуре дискурса // Вестник Российского государственного университета им.И.Канта. Серия «Педагогические и психологические науки». № 11, 2008. С.40-47.
2. Кубрак Т.А. Интенция самопрезентации в научном дискурсе // Вестник Московского Государственного Областного Университета. Серия «Психологические науки». № 2, 2009. С.23-30.

**Публикации в других научных изданиях:**

3. Кубрак Т.А.. Самопрезентация субъекта: состояние проблемы и различные подходы к исследованию // Методология комплексного человекознания и современная психология. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. С.199-212.
4. Кубрак Т.А. Интенция самопрезентации субъекта в различных видах дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С.185-204.
5. Кубрак Т.А.. Самопрезентация субъекта: психолингвистический коммуникативный подход к исследованию // Гуманитарный вестник Переяслав – Хмельницкого Государственного Педагогического Университета. Украина, Переяслав – Хмельницкий, 2007. С.168-173.
6. Кубрак Т.А. Интенциональная модель психотерапевтического дискурса // Языковое сознание: парадигмы исследования. М.: Изд-во Института Языкознания РАН, 2007. С.284-297.
7. Кубрак Т.А. Самопрезентация субъекта. Состояние проблемы и дискурсивный подход к изучению // Проблемы психологии дискурса. М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2005. С.180-192.
8. Кубрак Т.А. Интенциональный подход к исследованию самопрезентации субъекта. // Материалы итоговой научной конференции Института психологии РАН, М: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. С.132-143.
9. Кубрак Т.А. Интенциональная структура научного дискурса и место в ней интенции самопрезентации // Познание в структуре общения / Материалы конференции «Познание в структуре общения». М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2008. С.270-278.

10. Кубрак Т.А. Самопрезентация в вербальной коммуникации: интенциональный подход к исследованию // Коммуникация в современной парадигме социального и гуманитарного знания: Материалы 4-й международной конференции РКА «Коммуникация-2008».М., 2008. С.277-280.
11. Кубрак Т.А. Интенциональный подход к исследованию самопрезентации в коммуникации // Язык – сознание – культура – социум. Материалы международной научной конференции памяти профессора И.Н.Горелова. Саратов, 2008. С.610-616.
12. Кубрак Т.А. Дискурсивный подход к изучению самопрезентации субъекта в коммуникативной ситуации психологического консультирования // Тенденции развития современной психологической науки. Тезисы юбилейной научной конференции, посвященной 35-летию ИП РАН и 80-летию Б.Ф. Ломова, ИП РАН, 2007. Т.1. С.399-400.
13. Кубрак Т.А.. Самопрезентация в дискурсе: интенциональный подход // Материалы IV Всероссийского съезда РПО. 18-21 сентября 2007 года: В 3 т. – Москва – Ростов-на-Дону: Изд-во «Кредо», 2007. Т.2. С.215.