

УДК 811.111'42

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ТИПОЛОГІЯ САМОПРЕЗЕНТЕМ В АНГЛОМОВНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

М.Х. Кабірі (Ялта)

Статтю присвячено визначенню поняття самопрезентації та її вербального втілення – самопрезентеми, а також класифікації самопрезентем. Самопрезентація схарактеризована як дискурсивне явище, що має специфічну конфігурацію комунікантів і ментальну основу – ідентифікаційний фрейм та вербально актуалізується висловлюванням-самопрезентею. За способом актуалізації фреймових структур (схем персоніфікації або класифікації) самопрезентеми розподілені на експліцитні та імпліцитні. За наявністю дискурсивних смислів та комунікативною призначеністю самопрезентеми диверсифіковані на інформативні та регулятивні.

Ключові слова: самопрезентація, самопрезентема, конфігурація комунікантів, ідентифікаційний фрейм, схема персоніфікації, схема класифікації, експліцитні/імпліцитні самопрезентеми, інформативні/регулятивні самопрезентеми.

Кабири М.Х. Общая характеристика и типология самопрезентем в англоязычном диалогическом дискурсе. Статья посвящена определению понятия самопрезентации и ее вербального воплощения – самопрезентемы, а также классификации самопрезентем. Самопрезентация охарактеризована как дискурсивное явление со специфической конфигурацией коммуникантов и ментальной основой – идентификационным фреймом, вербально актуализированными высказыванием-самопрезентемой. По способу актуализации фреймовых структур (схем персонификации и классификации) самопрезентемы разделены на эксплицитные и имплицитные. По наличию дискурсивных смыслов и коммуникативному предназначению самопрезентемы диверсифицированы на информативные и регулятивные.

Ключевые слова: самопрезентация, самопрезентема, конфигурация коммуникантов, идентификационный фрейм, схема персонификации, схема классификации, эксплицитные/имплицитные самопрезентемы, информативные/регулятивные самопрезентемы.

Kabiri M.H. General characteristics and typology of self-presentemes in English language dialogical discourse. The article aims at defining self-presentation and its embodiment – self-presenteme as well as at classifying the latter. Self-presentation is characterised as a discursive phenomenon with a specific communicants' configuration and mental base – identification frame realized verbally in the utterance – self-presenteme. The way of frame structures (personification and classification schemes) actualization prompts self-presentemes division into explicit and implicit. The discursive sense and communicative aims form the basis of classifying self-presentemes into informative and regulative.

Key words: self presentation, self-presenteme, communicants' configuration, identification frame, personification scheme, classification scheme, explicit/implicit self-presentemes, informative/regulative self-presentemes.

На сучасному етапі розвитку мовознавства дискурсивні студії належать до найбільш актуальних.

Серед них наявні такі, що присвячені з'ясуванню суті досліджуваного об'єкта й виявлено його типологічних рис. У нашому дослідженні ґрунтується на розумінні дискурсу як інтерсуб'єктної ро-

зумово-мовленнєвої комунікативної діяльності, здійсненої у культурно-соціальному й ситуативному контексті на основі наділення вербальних одиниць семіотичною значущістю [6; 7, с. 11-21; 8; 10 та ін.]

Інші дискурсивні розвідки спрямовані або на вивчення конкретних типів чи різновидів дискур-

су, або на аналіз певних дискурсивних явищ, серед яких, поряд з іншими (аргументацією [2], етикетизацією [4 та ін]), перебуває *презентація*.

У рамках презентаційної теорії дискурсу це явище схарактеризоване як особлива функція мови та мовлення, спрямована на задоволення широкого спектру потреб, котрі перманентно трансформуються й перетворюються одна в одну, за пріоритетної ролі потреби виживання [9, с. 11]. Під цією функцією пропонується розуміти трьох частинний взаємопов'язаний процес, складовими якого є когнітивно-номінативна фіксація суб'єктом дійсності, що його оточує (реальної чи сконструйованої самим індивідом), даної в концептуально-образній формі, утвореній набором характерних для цієї дійсності ознак, з урахуванням їх індивідуального сприйняття; оцінку й селекцію тих ознак концептів та образів, що їх індивід вважає значущими для реалізації своїх життєвих і комунікативних потреб; використання результатів селекції задля цілей впливу в процесі комунікації [там само, с. 203]. Отже, презентація – це фактично будь-який прояв дискурсивної діяльності індивіда: “натуралізація соціальних репрезентацій, тобто приведення до форми презентації є необхідною умовою виробництва конкретного дискурсу” [там само, с. 202].

Поділяючи основні положення цієї теорії в цілому, ми маємо дещо відмінне бачення одного з типів презентації – *самопрезентації*, що є об'єктом нашого дослідження.

У зв'язку з цим, метою статті є визначення самопрезентації та її вербального вияву – самопрезентеми, а також систематизація типів останніх.

До типів презентації, або у термінах автора “презентаційних акцій” віднесено самопрезентацію, дескрипцію та демонстрацію, які разом охоплюють самоідентифікацію, ідентифікацію особистого життєвого простору, дескрипцію як самої мовної особистості, так і середовища її існування, взятого в цілому (матеріальне середовище, соціальне оточення, родинні зв'язки, індивідуальні преференції під час реалізації потреб та ін..) [там само, с. 27]. Слід також додати, що до презентеми, які є матеріальним втіленням презентації, автор відносить і невербальні, і невербально-вербальні, і власне вербальні, виокремлюючи серед останніх просодико-

фонаційні, лексико-семантичні, словотвірні, синтагматичні, інтертекстуальні [9, с. 213-300] (лексико-семантичні є найбільш диференційованими, саме серед них наявні перелічені типи “презентаційних акцій”). Наша увага зосереджена, натомість лише на вербальних самопрезентемах.

Також, з нашої точки зору, в основу дослідження слід покласти такий об'єкт, що має у підґрунті якусь ментальну структуру, кореспондує із певними комунікативними чинниками та володіє визначеними цими факторами ресурсом вербальних реалізацій.

У визначенні самопрезентації виходимо з таких когнітивно-комунікативних параметрів:

- самопрезентацію розуміємо як *власну* презентацію суб'єкта дискурсу-адресанта (у діалогічному дискурсі, на матеріалі якого проводиться наше дослідження, ця комунікативна роль почергово переходить до різних учасників);

- самопрезентація кореспондує із баченням суб'єктом дискурсу себе самого в *середовищі* свого існування, яким для людини як соціальної істоти є *соціум* із властивими йому лінгво-культурними й суспільними характеристиками, “суспільство обумовлює діяльність індивідів, які його утворюють” [5, с. 83].

Ментальною базою самопрезентації вважаємо ідентифікаційний фрейм [3, с. 12], поданий, зокрема, двома пропозиційними схемами: персоніфікації “ЩОСЬ-ідентифікатив є ЩОСЬ-персоніфікатор (власне ім'я або його аналог)” та класифікації “ЩОСЬ-ідентифікатор є ЩОСЬ-класифікатор”, де класифікатор є членом певного класу (біологічного, соціального, професійного, функціонального тощо) [там само].

Слід зауважити, що викладене є звуженням рамок презентаційної теорії (автор не конкретизує, кого презентує мовець – себе або когось іншого, але з ілюстративних прикладів неважко побачити, що обмежень тут немає). У той же час наша позиція не суперечить цій теорії в цілому: розуміння презентації як такої, що призначена задовольняти людські потреби, висуває на перший план дискурсивної діяльності англійських суб'єктів, чия комунікація вивчається у нашій роботі, потреби вищого рівня, тобто суспільно значущі. У цьому твердженні

ми спираємося на ієрархію потреб, де на нижчому рівні розміщуються такі як потреби в їжі, воді, житлі, а на вищому – у визнанні, самовираженні [11, с. 87], тобто соціальні потреби. Очевидно, що досить високий рівень життя англомовного соціуму робить неактуальними потреби нижчого рівня для більшості його членів, що й зумовлює важливість потреб вищого рівня.

Виходячи з викладеного, **самопрезентацію** визначаємо як вербальну об'єктивізацію суб'єктом дискурсу власної ідентифікації персонального/класифікаційного типу.

Пропоноване визначення зумовлює розуміння **самопрезентеми** як вербальної одиниці, що актуалізує ідентифікаційний фрейм, тобто як висловлювання, що містить такі обов'язкові складники: особовий займенник першої особи однини (*I*) та іменник-власну назву (ім'я та/або прізвище) або іменник-загальну назву чи (субстантивне) словосполучення (представник класу/групи).

Актуалізація обох складників пропозиційних схем персоніфікації та класифікації (ідентифікатор-*I* є персоніфікатор-власне ім'я / класифікатор-загальне ім'я / субстантивне словосполучення) формує **експліцитну самопрезентему** (*I am John Smith. I am a businessman (a teacher of music)*).

Водночас, у ході аналізу ми зафіксували також:

1) опущення ідентифікатора під час актуалізації схеми персоніфікації, наприклад:

– *Who are you? – Teresa Merlow* (Hawaii V-O);

2) заміна ідентифікатора *I* його аналогом *My name* під час актуалізації схеми персоніфікації, наприклад:

My name's Bond. James Bond (License to Kill) → *I am James Bond*;

(*My name's Bond. James Bond* → *I am James Bond*)

3) заміна класифікатора-загальної назви (в англійській мові – іменника з неозначеним артиклем або його еквівалентом [3, с. 12]) чи субстантивного словосполучення іншими мовними засобами, що виступають ідентифікаторами класифікаційного смисла під час актуалізації схеми класифікації, наприклад:

– *I have always acted in the interests of the company* (Largo Wynch) → *I am the protector*

of the company interests.

(*I have always acted in the interests of the company* → *I am the protector of the company interests*)

Ці реалізації засвідчують наявність **імпліцитних самопрезентем**.

Слід відзначити, що імпліцитні самопрезентеми можуть охоплювати й такі, згадані автором презентаційної теорії, чинники матеріального та соціального середовища чинники як житло, місце роботи, віросповідання тощо. Так, класифікатор *a journalist* може бути виведений з висловлювання *I work for the Sunday Times*, класифікатор *a middle class person* – з висловлювання *I have a semi-detached house in a good neighborhood* тощо.

Виокремлення вказаних типів самопрезентем складає основу ідентифікації одиниць аналізу, у той час як їх систематизація потребує опори не на статичні структури репрезентації знань – фрейм, пропозиційні схеми, а на динаміку інтерсуб'єктного конструювання дискурсивних смислів. Виходячи з цього, самопрезентеми вважаємо за доцільне розподілити на **інформативні** та **регулятивні**.

Інформативні самопрезентеми мають смисл, що збігається зі значенням мовних одиниць, зокрема персоніфікаторів, оскільки цей тип зафіксований тільки у реалізаціях схеми персоніфікації. Актуалізуючи цю схему, суб'єкт може мати на меті лише повідомити своєму співрозмовнику особистісні дані. Отже, ці самопрезентеми виконують метакомунікативну функцію самопредставлення, реалізуючись лише в ситуаціях початку комунікації між незнайомими суб'єктами спілкування.

Регулятивні самопрезентеми натомість є носіями смислів, сконструйованих на основі опор, котрими є значення мовних одиниць – персоніфікаторів і (переважно) класифікаторів. Тобто смисл продукується у ситуації, формується комунікантами [1, с. 167], смисли окремих мовних висловлювань “випрацьовуються”, спільно формуються обома комунікантами [10, с. 15], хоча можлива й демонстрація таких смислів, котрі не призначені для того, щоб бути розпізнаними й інтерпретованими реципієнтом [6, с. 38].

Так, в одній ситуації самопрезентема, побудована за схемою персоніфікації, “*I'm Largo Wynch*”

(Largo Wynch) містить смисл, що спільно конструюється суб'єктами дискурсу: повідомляючи своє ім'я на зборах акціонерів потужної компанії, молодий чоловік презентує себе як її нового очільника (він є прийомним сином щойно померлого власника і керівника), адресати розпізнають та адекватно інтерпретують цей смисл (вони встають і вітають нового керівника оплесками).

У той же час, та сама самопрезентема в іншій ситуації несе смисл не призначений для розпізнання адресатом: під час прогулянки берегом моря молодий чоловік зустрічає хлопчика та знайомиться з ним, для хлопчика персоніфікатор (*Largo Wynch*) є суто інформативним, у той час як для самого суб'єкта само презентації цей персоніфікатор є набагато більш значущим – це ім'я та прізвище для нього означає відмову від чисельних і невдалих спроб з'ясувати, хто він є насправді (хто його справжні батьки, яке його справжнє ім'я), а також згоду із бажанням померлого прийомного батька стати його наступником, чого сам він зовсім не прагнув.

Самопрезентема, побудовані за схемою *класифікації*, завжди виступають носіями дискурсивних смислів, оскільки належність до певного класу/групи інтерпретується суб'єктами у рамках культурно-соціальних норм і цінностей.

Саме тому основна кількість регулятивних самопрезентем подана такими, що побудовані за схемою *класифікації*. Так, наступні приклади *класифікаційних* самопрезентем реалізують смисл “вища позиція адресанта”:

– *I'm her assistant, not her secretary. I graduated from Rutgers* (House).

(у цій самопрезентемі адресант визначає свою позицію, яка є вищою ніж її уявляє адресат – не секретар, а помічник лікаря, дипломований фахівець)

– *Only I get to write on the board* (House).

(адресант нагадує адресатам про свою вищу позицію, стверджуючи, що лише він – керівник – має право писати на дошці)

Інші *класифікаційні* самопрезентемами актуалізують смисл “позитивна характеристика адресанта”, наприклад:

– *I'm black, so I protect the oppressed* (House).

(самопрезентема, що реалізує расову приналежність адресанта – представник афро-американської спільноти (*black*) – використана як аргумент наступної самопрезентемами (захисник пригнічених), котра класифікує адресанта як представника позитивної, суспільно-схвалюваної групи)

– *Well, I don't want to say anything bad about another doctor, especially a useless drunk* (House).

(висловлюючи осуд колеги, комунікант у той же час стверджує, що він не є порушником корпоративної солідарності, намагаючись у такий спосіб позитивно схарактеризувати себе. Хоча цілком очевидно, що тут має місце маніпуляція: адресант твердить, що не хоче казати нічого поганого про свого колегу, натомість саме він це і робить)

Смисли, котрі реалізують регулятивні самопрезентемами, не обмежені згаданими, проте саме намагання досягти/утримати вищий статус і позитивно схарактеризувати себе є найбільш типовими.

Регулятивні самопрезентемами спрямовані на приведення уявлень адресата про адресанта до бажаних для останнього. Як свідчать наведені приклади, ці самопрезентемами виконують широкий спектр функцій та реалізуються у різних ситуаціях спілкування.

Проведене дослідження приводить до таких висновків: (1) презентаційна теорія дискурсу надає загальний напрям розуміння самопрезентації, що слід тлумачити як явище розумово-комунікативної природи, вербально втілюваного у висловлюванні-самопрезентемі; (2) самопрезентема будується на основі схеми персоніфікації або класифікації ідентифікаційного фрейму та реалізується адресантом задля потреби – актуалізації себе/своєї позиції; (3) за способом вербального втілення ментальних моделей самопрезентемами охоплюють експліцитні та імпліцитні, за наявністю дискурсивних смислів і функцій вони поділяються на інформативні і регулятивні.

Перспективою роботи є класифікація самопрезентем за змістовими характеристиками та стратегічними/тактичними функціями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Архипов И.К. Полифония мира, текст и одиночество познающего сознания / И.К. Архипов // *Studia Linguistica Cognitiva*. – М. : Гнозис, 2006. – Вып. 1. Язык и познание: Методологические проблемы и перспективы. – С. 157–171.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации : [монография] / Белова А.Д. – К. : Киев. ун-т им. Тараса Шевченко, ИИА “Астрей”, 1997. – 310 с.
3. Жаботинская С.А. Лингвокогнитивный подход к анализу номинативных процессов / С.А. Жаботинская // *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. – 2010. – № 928. – С. 6–20.
4. Ильченко О.М. Етикет англомовного наукового дискурсу : [монографія] / Ильченко О.М. – К. : ІВЦ “Політехніка”, 2002. – 288 с.
5. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М. : Политиздат, 1975. – 182 с.
6. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 280 с.
7. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики : довідкове видання / А.П. Мартинюк. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. – 196 с.
8. Морозова О.І. Діяльнісний стиль мислення у лінгвістичних дослідженнях / О.І. Морозова // *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. – 2008. – № 811. – С. 41–45.
9. Олянич А.В. Презентаційна теорія дискурсу : [монографія] / А.В. Олянич. – М. : Гнозис, 2004. – 407 с.
10. Шевченко І.С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу / І.С. Шевченко // *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен* : [кол. монографія] / [під загальн. ред. І.С. Шевченко]. – Харків : Константа, 2005. – С. 9–20.
11. Maslow A. *Self-actualizing and Beyond* / A. Maslow. // *Challenges of Humanistic Psychology*. – N. Y., 1967. – 170 p.