

## **ФОРМИРОВАНИЕ ЭТНОСОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ И ИДЕНТИТЕМЫ**

*Статья посвящена проблематике формирования **жестов идентичности** на речевом уровне. Динамика идентичности опирается, в частности, на перманентный семикультурный механизм **формирования наследия**, анализ которого будет проведён в этой статье с точки зрения образования и распространения **идентитетом**, что соответствует процессу включения в совокупность признаков идентичности определенного общества, после установления и на уровне культурного сообщества в целом либо одной из его составляющих, этносоциолингвистических единиц, мемориальное и символическое значение которых является предметом практически общего консенсуса. Речь идёт о «культурах», но о культурах, обозначенных принадлежностью к идентичности.*

**Ключевые слова:** *социолингвистика, языковое сообщество, система представлений, этносоциолингвистическое наследие, идентичность, идентитета, культура*

УДК 811.111: 316.77

*Афанасьева О.М., к.філол.н., докторант  
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ*

## **СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І КОМУНІКАТИВНІ ФУНКЦІЇ УЧАСНИКІВ РИТУАЛІЗОВАНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ПРОСТОРІ**

*Статтю присвячено аналізу сучасних підходів до проблеми ідентичності, передусім мовознавчих, і представленню авторського бачення структури ідентичності та динаміки її трансформацій в ритуалізованих комунікативних практиках на матеріалі англomовної лінгвокультури.*

**Ключові слова:** *ідентичність, ритуал, комунікація, актор, англomовний, лінгвокультура.*

Проблеми визначення, опису та аналізу ідентичності постали наразі серед найактуальніших у суспільних науках. У соціологічному плані учені розрізняють індивідуальну, соціальну, групову, спільнотну, етнічну, національну, регіональну, місцеву, культурну, професійну, гендерну, множинну, міжкультурну ідентичність тощо (Г. Теджфел, Д. Тернер, П. Рікер, Д. Беррі, К. Камійїри, К. Дюбар, А. Мансо, Е. Ліп'янські, Б. Лаїр, Д.-К. Мартен, І. Мені, К. Тампл, П. Дену, П. Шародо). Ці питання викликають усе більшу зацікавленість мовознавців, передусім у вивченні соціолінгвістичних, лінгвокультурологічних, мовних, лінгводидактичних аспектів ідентичності. Так, різні аспекти ідентичності розглядаються з лінгвоетнографічного погляду (Дж. Гамперц, Д. Хаймз, А. Кріз, М. Хеллер, К. Тастінг, Дж. Мейбін), в лінгвоантропологічному і лінгвокультурному аспектах як проблеми мовної особистості (Е. Бенвеніст, М. Брачер, Ю. Караулов, Ю. Аפרесян, В. Гак, І. Голубовська, О. Мазєпова, Л. Струганець, М. Ендрюс, М. Котюрова, Н. Голева, М. Ляпон, Г. Богіна, Є. Іванцова, Н. Лаврінова, Г. Камалова, С. Ісканіус, В. Хабіров, Е. Майборода, М. Цапко,

В. Кулик, Н. Купіна, Дж. Джозеф, С. Г. Іглезіас, Дж. Сан-Юл Парк, М. Перес-Міланс, Р. Дейлайт, І. Сентенберг), як мовний портрет, лінгвокультурний типаж із лінгвоаксіологічного погляду (В. Карасик, О. Дмитрієва, А. Коровіна, Є. Голодова, Л. Васильєва, Т. Сукаленко, Є. Ярмахова, Ю. Кwartовкіна, Т. Івушкіна, Є. Скачко, В. Катерміна, А. Михайлова, В. Радван, М. Міщенко, О. Комбарова, Е. Ярмахова, В. Дерев'янська, А. Олянич, Є. Бакумова, А. Карасик, Є. Клименко, І. Дубініна, Т. Бондаренко, І. Мурзінова, Л. Єніна, Є. Гуляєва), образ людини (М. Одинцова, О. Вольф, В. Телія, Л. Нікітіна), як лінгвоперсонологія (В. Нерознак, М. Голєв, Н. Сайкова, О. Хомич, Л. Комісарова, І. Шестакова, Н. Лебедева, Т. Чернишова, Т. Внучкова, Є. Іванцова), як ідентичність комунікативна (М. Румлеанчі, В. Шматов) і дискурсивна (П. Шародо, К. Шаброль). Новим виміром ідентичності в її соціокомунікативному і дискурсивному аспектах стала наразі цифрова ідентичність, яка формується у віртуальних спільнотах (С. Пру, Д. Бойд, М. Ченг, Е. Гудмен, Дж. Донат, Дж. О'Брайєн, К. Вокер, М. Пападакіс, Е. Вінн, Дж. Кац, Ф. Жорж, А. Кляйн, Д. Кардон та ін.).

Дослідники зосереджують свою увагу як на питаннях психокогнітивного плану, які стосуються мовної та комунікативної особистості, так і практичного виміру відповідних компетенцій мовця. Серед них розглядаються параметри мовної свідомості (або мовного чи мовленнєвого мислення) та свідомості комунікативної: перша, за Й. Стерніним, є сукупністю психічних механізмів породження, розуміння мовлення і збереження мови в свідомості, а друга – це сукупність комунікативних знань і комунікативних механізмів, які забезпечують увесь комплекс комунікативної діяльності людини, це – комунікативні настанови свідомості, сукупність ментальних комунікативних категорій, включаючи набір прийнятих у суспільстві норм і правил комунікації [3, с. 47-48]. Так, зокрема, мовна свідомість включає інформацію про формули привітання та про їх диференційовані значення, у той час як комунікативна свідомість оперує інформацією про те, з ким і як, в яких ситуаціях, де і коли, дотримуючись якої дистанції треба вітатися тощо [3, с. 48]. На думку деяких дослідників, видове поняття комунікативної особистості значно ширше поняття мовної особистості, адже воно включає характеристики, пов'язані з вибором не лише вербального, але й невербального коду комунікації, використання штучних і змішаних комунікативних кодів у взаємодії людини і машини [2, с. 106]. Три основні параметри комунікативної особистості, а саме: мотиваційний, когнітивний і функціональний, є визначальними для розуміння комунікативної особистості як одного з виявів цілісної особистості людини, обумовленого, передусім її комунікативними потребами, когнітивним діапазоном і власне комунікативною компетенцією, що полягає в умінні вибору комунікативного коду, який забезпечує адекватне сприйняття і цілеспрямоване передавання інформації в конкретній ситуації [2, с. 106].

Отже, комунікативна компетенція виступає як здатність організації ефективного перебігу інтеракції та розглядається поряд з іншими компетенціями мовця, до яких відносять енциклопедичну, мовну, комунікативну, соціокультурну, дискурсивну, риторичну, прагматичну компетенції мовця (Д. Хаймс, К. Кербра-Ореккйоні, С. Муаран, І. Бардьер) і навіть компетенції багатомовну і багатокультурну (Д. Кост, Д. Мор, Ж. Зарат), які ґрунтуються на відповідних знаннях та уміннях як власне лінгвального характеру, так і нормативного, прийнятого в певній культурі, ціннісно позначеного.

До таких компетенцій культурно-унормувального плану, з нашого погляду, можна віднести знання та уміння щодо поведінкових моделей у ритуально визначених ситуаціях. У такій перспективі питання ідентичності, що охоплюють різні суспільно визначені мовно-комунікативні виміри діяльності людини, ще досить побіжно розглядалися в площині ритуалізованих комунікативних практик. Окреслення проблем ідентичності саме в цьому аспекті комунікації на матеріалі сучасної англомовної лінгвокультури є метою нашої розвідки.

Сучасні дослідники наголошують на визначальній ролі ритуалу як у формуванні людської особистості (К. Вульф), так і в різноманітних видах людської діяльності. Так, А. Мікаелс навіть увів поняття *homo ritualis*, застосовуючи його передусім до спільної, життєдіяльності яких характеризується високим рівнем ритуалізації: напр., південноазійські (зокрема індуїстська) спільноти, японська та ін. [5]. З одного боку, ритуал фіксує, приписує, формалізує людську поведінку, а з іншого, – має динамічний характер, пов'язаний зі змінами в суспільному житті. Він становить основу принципів ввічливості, етикетів і протоколів різного типу, правил хороших манер, які регулюють різні аспекти соціальної взаємодії. З огляду на ці його властивості дослідники доходять висновку про реляційну сутність ритуалу, навіть виділяють ритуали реляційного типу, які формуються в спільнотах, різних професійних групах тощо [4]. Отже, ритуал стає основним вузлом взаємодії «Я» та «Іншого», контактом і грою ідентичностей – соціальних, етнокультурних, комунікативних, мовних. У ритуально форматовану взаємодію вступають статусні, гендерні, вікові, професійні, національно-культурні ідентифікаційні аспекти ідентичності, психоемоційні стани людини і відповідні соціокомунікативні ролі й прагматичні позиції.

У комунікативному вимірі учасник інтеракції розглядається як власне мовець, відправник / отримувач повідомлення, адресант / адресат, комунікант, інтерактант, інтерпретатор тощо. Із дискурсивного погляду йдеться про дискурсивну інстанцію, яка постає як: 1) «експерієнсер», людина у світі, людська істота в категоріях відчуття, пізнання, досвіду; 2) дискурсивний актор, тобто людина психосоціальна (М. Мерло-Понті, Е. Бенвеніст, Ш. Баллі, Р. Лангакер, Дж. Лакофф, П. Рікер, Б. Бернстайн, М. Халлідей, Д. Хаймс, В. Лабов, Е. Гофман, П. Шародо та ін.), яка виконує суспільно-дискурсивні функції, як-от: батько, дитина, дружина, начальник, підлеглий, носій владних повноважень тощо; 3) відповідальний за висловлене, який у різний спосіб і різною мірою відповідає за сказане, наприклад, як учасник події, спостерігач, експерт, авторитет.

Ураховуючи цей складний багатоаспектний і поліфункціональний характер ідентичності мовця, доцільно застосувати поняття конструйованого образу комунікативного актора, який не є сталим, а формується і коригується в комунікативній інтеракції. У попередніх розвідках ми визначали цей образ мовця як створюваний у процесі комунікативної взаємодії і спрямований до учасників комунікації віртуальний конструкт – уявлення про комунікативного актора (акторів), що має Я-центричні, соціоцентричні, реляційні та дискурсоцентричні ознаки [1, с. 30].

Такий образ як уявлення про себе і про комунікативного партнера лежить в основі узгодження прагмакомунікативних ролей і функцій з огляду на їх відповідність / невідповідність певній типовій моделі, стереотипу, тим чи іншим параметрам

конструювання ідентичності, таким, як гендер, вік, соціальний статус, професія, належність до певного типу культури тощо. Отже, цей динамічно конструйований образ водночас засновується на певних ustalених засадах, які набувають конкретних обрисів та актуалізуються в кожній окремо взятій інтеракції. Ці засади сформовано як традиції у відповідних ритуалізованих практиках, які забезпечують їх сталість, ціннісність, прописовість, і зафіксовано у правилах належної поведінки, «хороших манер», ввічливості, різного типу етикетах і протоколах. Такі приписи змінюються в часі і разом зі змінами в соціальній організації, ціннісними пріоритетами в житті суспільства, коливаються між полюсами рутинізації, забуття первинних ціннісних основ і виділення, виокремлення з плину повсякденного життя.

У попередні періоди в англійській культурі належної поведінки були частиною цілісної моделі ідентичності, її виховання як представника певного соціального класу, прошарку суспільства. Такий підхід знаходимо у трактаті XVII ст. Г. Пічема «The Compleat Gentleman», де автор наголошує на різних аспектах виховання, набуття знань і навичок, зокрема в таких галузях, як історія, космографія, науки про Землю, геометрія, поезія, музика, скульптура, живопис, геральдика, фізичні вправи, військове мистецтво, риболовля, репутація, коло спілкування, манери поведінки, включаючи одяг, харчування та ін. Виокремленість людини благородного походження позначено і спеціальними геральдичними знаками, гербами: «How should we give Nobility her true value, respect and title, without notice of her Merit? And how can we guesste her merit, without these outward ensignes and badges of Virtue, which anciently have been accounted sacred and precious...» (2, с. 160).

Такий підхід наголошує на «Я-центричних» (доцентрових) ознаках ідентичності, зумовлених соціальним статусом – належністю до благородного прошарку суспільства як мотиваційного базису особистості з її потребами, відповідальністю тощо.

У наступну добу в одному з перших британських власне етикетів XVIII ст. – листа графа Честерфілда до сина – наголос переноситься на соціоцентричні та реляційні (відцентрові) параметри ідентичності. При цьому соціоцентричні параметри, які включають належність до певної спільноти (суспільної, етнокультурної тощо) та відповідають за ритуалізацію комунікативної взаємодії, тяжіють до наднаціонального плану під впливом французької аристократичної культури, що зумовлює моду на моделювання образу у площинах «грати роль», «видавати себе за...», «здаватися кимось». У цьому випадку реляційні ідентифікаційні параметри, спрямовані на Іншого, навіть тяжіють до узагальненого комунікативного плану, як у наступному уривку з цього листування: «There is nothing so brutally shocking, nor so little forgiven, as a seeming inattention to the person who is speaking to you : and I have known many a man knocked down, for (in my opinion) a much lighter provocation, than that shocking inattention which I mean. I have seen many people, who, while you are speaking to them, instead of looking at, and attending to you, fix their eyes upon the ceiling or some other part of the room, look out of the window, play with a dog, twirl their snuff-box, or pick their nose. Nothing discovers a little, futile, frivolous mind more than this, and nothing is so offensively ill-bred ; it is an explicit declaration on your part, that every the most trifling object, deserves your attention more than all that can be said by the person who is speaking to you» (5, p. 87).

Цікаво відзначити думку автора про створення цілісного образу, в якому дикція, стиль мовлення набувають особливого значення: «*A propos, I had like to have forgot to tell you, that I charged Tollo to attend particularly to your utterance and diction; two points of the utmost importance. To the first, he says: «His enunciation is not bad, but it is to be wished that it were still better; and he expresses himself with more fire than elegance. Usage of good company will instruct him likewise in that». These, I allow, are all little things, separately; but aggregately, they make a most important and great article in the account of a gentleman. In the House of Commons you can never make a figure without elegance of style, and gracefulness of utterance ; and you can never succeed as a courtier at your own Court, or as a minister at any other, without those innumerable *petits riens dans les manières, et dans les attentions*» (5, с. 2).*

Сучасні англо-американські етикети виділяють реляційний аспект комунікації, її ситуативну зумовленість у загальній поліцентричній соціальній перспективі, наголошують на акторіальній, власне дискурсивній функції учасника ритуалізованої взаємодії. Так, Е. Пост та інші сучасні американські автори «Етикету» зазначають: «*Manners by their very nature adapt to the times. While today's manners may be more situational, tailored to particular circumstances and the expectations of those around us, they remain a combination of common sense, generosity of spirit, and a few specific "rules" that help us interact thoughtfully. And as fluid as manners are, they all rest on the same fundamental principles: respect, consideration, and honesty*» (3, p. 5).

Водночас сьогодні створює нові динамічні, «випадкові» детерміновані типи спільнот, інтеракційних форматів, які окреслюють транссоціальні, загальні комунікативні вектори інтеракції. Так виникають, зокрема, «міські» етикети, як-от «*Urban Etiquette*» Ч. Пруді, де автор пояснює необхідність етикету нового типу в такий спосіб: «*Good manners are especially necessary for the modern urbanite. In the past, social roles (which made certain that people behaved respectfully toward the people they saw every day) were easily enforced by close-knit communities and the families within them. If we misbehaved in the small villages of our past, we would soon find ourselves in deep trouble. But: in the more anonymous setting of a large city, other people are not as obvious a concern. A person might be tempted to ask questions such as «Why not be curt with this sales clerk I'll probably never see again?» «Why not leave my cell phone's ringer on at the opera?» and «Why not cut off that Toyota with out-of- state plates?» To which Social Grace answers with a smile, «There are some very good reasons.»*» (4, с. 6).

При цьому, разом із формуванням нових динамічних спільнот, реальних і віртуальних, та у процесі усвідомлення ідентичнісних аспектів належності до них виникають і нові типи ритуалізованих комунікативних практик. Так, наприклад, утворюються практики взаємодії в коворкінг спільнотах: «*In the end, these are just general guidelines, as each coworking space will have their own set of unique ground rules established. It might not be possible to remember all the rules of a particular shared space, but you can't go wrong if you are mindful and considerate of your fellow coworkers, and treat them as you'd like to be treated yourself. When done consistently over time, it'll go far in creating something that feels quite like a *supportive community*» (1).*

Становлення таких практик проходить через стадії 1) технічного протоколювання (особливо у випадку формування віртуальних спільнот – соціальних мереж, Твіттера,

блогосфери тощо) або виокремлення / адаптації до нового середовища в реальному світі; 2) рутинізації (хронотопічної прив'язки, повторюваності, регулярності); 3) ритуалізації – надання їм спільного-індивідуального символічного смислу; 4) фіксації в прописових моделях (етикетах, правилах).

Ці процеси набувають особливого поширення у віртуальному середовищі. Цифрова ідентичність, реальна чи удавана, категоризується, інвентаризується, інтерпретується, аспектуалізується в численних базах даних, соціальних мережах, електронній комерції, медіа тощо: «“Digital identity“ is the sum of all digitally available information about an individual. It is becoming increasingly complete and traceable, driven by the exponential growth of available data and the big data capabilities to process it» (6). Одним із нових її вимірів стає економічний – перетворення на своєрідну валюту: «In an increasingly digital society, personal data has become a new form of currency. The biggest challenge for political and business leaders is to establish the trust that enables that currency to keep flowing» (6), що дегуманізує саме поняття людської особистості.

У такий спосіб ідентичність включається до нових соціокомунікативних форматів, в рамках яких створюються нові осередки ритуалізації. Характерними для них є полісеміотичний і мультимодальний виміри, в яких як вирізняються, так і нейтралізуються етнокультурні та соціальні характеристики акторів і водночас виділяються екзистенційні особистісні характеристики. Нові структури ідентичності формуються у взаємодії полюсів індивідуалізації, соціальної поліцентричності та транскомунікативності в процесі ритуалізації нових суспільно-комунікативних практик. Крім того, простір англосмовної комунікації переходить за межі національних культур, глобалізується, що значною мірою позначається і на ідентифікаційних параметрах особистості. Отже, особливого значення набуває подальше дослідження ролей і функцій акторів реальних й віртуальних спільнот нового типу у притаманних їм ритуалізованих форматах комунікації як в англосмовних лінгвокультурах, так і в ширшій перспективі англосмовного простору.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Афанасьєва О. М.* Образ мовця в структурі комунікації / О. М. Афанасьєва // Мовні і концептуальні картини світу. – 2015. – Вип. 51. – С. 26-34. 2. *Конецькая В. П.* Социология коммуникаций / В. П. Конецькая. – М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997 – 304 с. 3. *Стернин И. А.* Коммуникативное и когнитивное сознание / И. А. Стернин // С любовью к языку. – М. : Институт языкознания РАН; Воронеж: Воронежский государственный университет, 2002. – С. 44-51. 4. *Kádár D. Z.* Relational Rituals and Communication. Ritual Interaction in Groups / D. Z. Kádár. – Palgrave Macmillan, 2013 – X, 224 p. 5. *Michaels A.* Homo Ritualis. Hindu Ritual and Its Significance to Ritual Theory / A. Michaels. – Oxford University Press, 2015. – 400 p.

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. *Mok K.* 6 essential etiquette rules for great coworking spaces / K.Mok. – June 29, 2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.treehugger.com/culture/etiquette-rules-coworking-spaces.html> 2. *Peacham H.* The Compleat Gentleman / H.Peacham. – Oxford: Clarendon Press, 1906. – XXIV, 261 p. 3. *Post E.* Emily Post's Etiquette. Manners for a New World / E. Post, P. Post, A. Post et al. – N. Y. : Harper Collins, 2011. – 736 p. 4. *Proudy Ch.* Urban Etiquette: Marvelous

Manners for the Modern Metropolis / Ch.Proudy. – Tulsa, San Francisco: Council Oak , 2004. – 222 p.  
5. Stanhope Ph. Letters to His Son by the Earl of Chesterfield on the Art of Becoming a Man of the World and a Gentleman / Ph. Stanhope. – W., L. : Walter Dunne, 1901. – V.2. – xi, 435 p. 6. The Value of our Digital Identity. – Режим доступу: <http://www.libertyglobal.com/PDF/public-policy/The-Value-of-Our-Digital-Identity.pdf>

Стаття надійшла до редакції 13.11.17 р.

*Афанасьєва О. Н., к. філол. н., докторант  
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев*

### **СОЦИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ФУНКЦИИ УЧАСТНИКОВ РИТУАЛИЗОВАННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

*Статья посвящена анализу современных подходов к проблеме идентичности, прежде всего языковедческих, и представлению авторского видения структуры идентичности и динамики ее трансформаций в ритуализованных коммуникативных практиках на материале англоязычной лингвокультуры.*

**Ключевые слова:** *идентичность, ритуал, коммуникация, актор, англоязычный, лингвокультура.*

*Afanasieva O. M., PhD, Postdoctoral Student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

### **SOCIAL IDENTITY AND COMMUNICATIVE FUNCTIONS OF RITUALIZED INTERACTION PARTICIPANTS IN THE ENGLISH-LANGUAGE SPACE**

*The article is devoted to the analysis of modern, primarily linguistic, approaches to the problem of identity, as well as to the presentation of the author's vision of the identity structure and the dynamics of its transformations in ritualized communicative practices based on the English-speaking linguistic-cultural materials.*

**Keywords:** *identity, ritual, communication, actor, English-language, linguo-culture.*

УДК 81'276.6:62: 811.161.2

*Біленко Т. Г., к. філол. н., доц.  
Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя*

### **ТЕХНІЧНІ ТЕРМІНИ У СТРУКТУРІ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ**

*Формування повідомлення здійснюється в результаті комунікативного акту, де й виявляється сутність технічного явища через реалізацію семантики окремої мовної одиниці. У контексті вона вочевидь передає більшу інформацію, що впливає з умов комунікації. У нашій роботі на матеріалі технічного дискурсу намагаємося розкрити семантико-стилістичний потенціал термінологічного у співвідношенні з контекстною ситуацією. Це забезпечує ефективність*