

САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ И САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ В РАЗНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА

Анализируется лингвистический ракурс изучения междисциплинарных феноменов самоидентификации и самопрезентации. Описано их соотношение в разных типах текстов.

Ключевые слова: идентичность, самоидентификация в лингвистике, самопрезентация в лингвистике, взаимосвязь самопрезентации и самоидентификации, дискурсы.

Проблемы в области идентичности¹, идентификации и самоидентификации, самопрезентации носят междисциплинарный характер: их исследуют социологи, психологи, психотерапевты, философы, культурологи, антропологи, политологи, историки, филологи. При этом обращает на себя внимание тот факт, что различные ученые – даже в рамках одной специальности – по-разному толкуют данные термины, и это объясняется не только различным их пониманием, но и лингвистическими причинами: «Весьма распространенной является терминологическая путаница, связанная с соотношением понятий “идентичность” и “идентификация”. Зачастую это обусловлено стремлением авторов к стилистической элитантности, нежеланием повторять одно и то же слово, пусть даже в ущерб смысловой корректности словоупотребления терминов» [Кондратьев, Ильин, 2007. С. 150].

Для лингвистики последних лет также характерен поиск своих аспектов в исследовании проблематики идентичности: можно увидеть, как возросла активность изучения отражения в речи личной и коллективной идентичности, самоидентификации и самопрезентации говорящего субъекта. И здесь

также существует проблема терминологической точности и адекватности описания.

В изучении самоидентификации и самопрезентации в лингвистическом аспекте целесообразно следовать сложившейся в языкознании традиции изучения отраженных в языке экстралингвистических сущностей, категорий внутреннего (психологического) мира человека. Известно, что, например, лингвисты не сразу признали категорию эмотивности языковых единиц. В. И. Шаховский пишет об этом так: «Лингвистика эмоций своими корнями восходит к давнему спору большой группы лингвистов (например, М. Бреаль, К. Бюлер, Э. Сепир, ван Гиннекен, Г. Гийом, Ш. Балли и др.) о том, должна ли лингвистика заниматься эмоциональными составляющими. Долгое время ученые расходились в решении этого вопроса. Часть из них считала, что доминантой в языке является когнитивная функция, и потому они исключали изучение эмоционального компонента из исследований о языке (К. Бюлер, Э. Сепир, Г. Гийом). Другая группа ученых (Ш. Балли, ван Гиннекен, М. Бреаль) выражение эмоций считали центральной функцией языка» [Шаховский, 2007. С. 8]. И далее: «Эмотиология далеко

¹ О развитии понятия идентичность см.: [Короленко и др., 2007. С. 11–18].

ушла от того положения дел, когда были актуальны заявления, подобные следующим: “эмоциональной лексики в языке нет” (Е. М. Галкина-Федорук), “эмоции не входят в структуру языка”» (В. А. Звегинцев) и т. п. Теперь бесспорны утверждения иного типа: “в языке все эмоционально” (Ш. Балли), “все высказывания эмоциональны” (В. Г. Гак), “вся лексика языка / речи эмоциональна” (Е. Ю. Мягкова и др.)» [Шаховский, 2007. С. 8].

Следующим шагом в лингвистике становится разграничение языка описания эмоционального состояния и языка выражения эмоций, т. е. лексики эмоций и эмоциональной лексики (Е. М. Галкина-Федорук, Н. А. Лукьянова, Л. Г. Бабенко, Е. М. Вольф, Л. А. Пиотровская, В. Н. Телия и др.), В. И. Шаховский указывает на три разных способа вербализации эмоций – название, выражение, описание [1987].

Сходная ситуация наблюдается и с изучением проблем идентичности и самоидентификации в лингвистике. Полярными, но в целом отрицающими возможность изучения феноменов идентичности и самоидентификации в лингвистике, являются две точки зрения: а) проблема идентичности не входит в круг изучения лингвистики, поскольку это феномен личности, а не языка; б) все, что человек говорит, отражает его идентичность, поэтому, изучая речь человека, лингвист изучает идентичность, следовательно, здесь нет специального объекта изучения для лингвиста. В качестве доводов против первой точки зрения можно указать на то, что психолог, антрополог или социолог изучает не просто личность человека, а личность человека говорящего, иными словами, эту его специфическую и неотъемлемую способность, способность к говорению, невозможно исключить из структуры его личности. Более того, идентичность – это дискурсивный феномен: «Идея об истинном, целостном Я – это фикция. <...> Подобно социальному, индивидуум частично структурирован дискурсами, но структурирование это никогда не является полным. Целостность воображаема, но это – необходимый горизонт, в пределах которого создается самость и социальное. <...> Именно *репрезентация* с помощью кластера знаков, имеющего в центре узловую точку, наделяет человека идентичностью. Идентичности принимаются, отвергаются и обсуждаются в

дискурсивных процессах. Таким образом, идентичности – это нечто социальное» [Йоргенсон, Филлипс, 2008. С. 83–84]. Следовательно, задачей лингвиста является поиск и анализ участков языковой системы, отвечающих за структурирование дискурсов идентичности.

Что касается второй точки зрения, согласимся частично: действительно, все, что человек говорит, как правило, отражает его идентичность. И если под идентичностью понимать «самость», то, действительно, сложно будет найти строго очерченный круг соответствующих языковых категорий. Однако если под идентичностью прежде всего понимать социальную идентичность², то, к примеру, при описании актов причисления себя к группе / категории говорящим субъектом лингвист может привлекать такие термины, как номинация, категоризация, референция, денотация, коннотация, импликация. Логично будет предположить, что к категории идентичности как категории внутреннего мира человека (так же, как и к категории эмоций, эмоционального состояния говорящего субъекта) можно применить разграничение актов ее описания и выражения.

Перейдем к вопросу соотношения самопрезентации и самоидентификации. *Самопрезентация* (калька с англ. *self-presentation*; лат. *praesentatio* – представление, вручение) – наиболее исследованное понятие в изучении дискурса говорящего о себе.

² И. Кон выделяет три основные модальности идентичности – психофизиологическую, социальную и личностную: «1) *Психофизиологическая идентичность* обозначает единство и преемственность физиологических и психических процессов и свойств организма; 2) *социальная идентичность* обозначает систему свойств, благодаря которым особь становится социальным индивидом, членом определенного общества или группы, и предполагает разделение (категоризацию) индивидов по их социально-классовой принадлежности, социальным статусам и усвоенным ими социальным нормам; 3) *личная идентичность* (или эго-идентичность) обозначает единство и преемственность жизнедеятельности, целей, мотивов и смысловых установок личности, осознающей себя как “самость”» [Кон, 1984. С. 28–29]. Ср. определение Л. Б. Шнейдер: «Идентичность есть самореферентность, т. е. ощущение и осознание уникальности Я в его экзистенции и неповторимости личностных качеств, при наличии своей принадлежности социальной реальности» [2001. С. 111]. Под социальной идентичностью понимается «самоопределение себя в терминах отнесения к определенной группе» [Киселев, Смирнова, 2001. С. 12].

Впервые феномен самопрезентации как средства организации своего поведения был описан в книге И. Гоффмана «Представление себя другим в повседневной жизни» [Goffman, 1959; Гофман, 2000]. Специалисты по социальной психологии указывают, что «самопрезентация (self-presentation) – процесс, посредством которого мы стараемся контролировать впечатления, возникающие о нас у других людей; синоним – управление впечатлением о себе» [Чалдини и др., 2002. С. 136].

В лингвистике термин *самопрезентация* используется в двух основных значениях, первое из которых имеет более узкое, конкретное и буквальное, а второе – более широкое значение: 1) представление, т. е. название своего имени (только имени; имени-отчества; имени и фамилии; только фамилии; имени, отчества и фамилии) и должности, социального статуса, роли при знакомстве или в ситуации приветствия с малознакомым человеком; 2) коммуникативная (в том числе вербальная) стратегия управления впечатлением о говорящем у адресата.

Второе понимание самопрезентации (*самопрезентация*₂) сближается с ее пониманием в психологии и социологии: это коммуникативная стратегия, целью которой является управление впечатлением о говорящем у адресата, формирование мнения о себе при помощи вербальных и паравербальных средств. Чаще всего речь идет о позитивной самопрезентации, однако не исключена и цель создания неблагоприятного мнения о говорящем субъекте, если, скажем, ему необходимо уклониться от какой-либо деятельности, которая навязывается адресатом. Стратегия самопрезентации носит тотальный характер, т. е., по мнению О. С. Иссерс, «реализуется практически в любом речевом действии, и к ней присоединяются дополнительно другие стратегии» [1999. С. 73]. Важно отметить, что самопрезентация₂ может включать самопрезентацию₁, т. е. говорящий субъект, формируя свой образ у адресата, часто привлекает институциональные самообозначения.

Самоидентификация и идентичность связаны как процесс и результат этого процесса. Так, в Большой российской энциклопедии указывается, что *идентификация* «в социологии – процесс самоопределения индивида (или определения другого) в соци-

альном пространстве, в социальных группах и сообществах, а также в системе их взаимодействий. Результатом идентификации является осознание человеком своей идентичности» [Большая российская энциклопедия, 2008. С. 695]. См. в толковом словаре русского языка: «*Самоопределиться*, -люсь, -лишусь; сов. Определить свое место в жизни, в обществе, осознать свои общественные, классовые, национальные интересы» [Ожегов, Шведова, 2003].

Идентификация и *самоидентификация* в научной литературе часто используются как полные синонимы, хотя внутренняя форма этих слов должна была бы препятствовать этому³. В словаре психологических терминов отдельная словарная статья для термина *самоидентификация* отсутствует, он рассматривается как синоним слова *идентификация* в 5-м значении: «(от лат. *identificare* – отождествлять). 5. Идентификация групповая – устойчивое отождествление себя с к.-л. (большой или малой) социальной группой или общностью, принятие ее целей и системы ценностей (см. Социальная идентичность, Ценностные ориентации), осознание себя членом этой группы или общности. Син. автоидентификация, самоидентификация» (Д. А. Леонтьев) [Большой психологический словарь, 2004].

В психологии, социологии, культурологии рассматриваются половая, сексуальная, гендерная, этническая, национальная, религиозная, возрастная, профессиональная, социокультурная, гражданская, социальная, культурная идентичности. Может быть и более конкретное, детальное определение идентичности, например, внутри профессиональной группы – указание на принадлежность к направлению, течению, школе. Все эти разнообразные идентичности нуждаются время от времени в «подтверждении», атрибуции существования самих себя, поскольку «любая идентичность предполагает акты самоидентификации: проекцию внутренней личностной структуры в мир» [Кривых, 2009. С. 131]. Следовательно, самоидентификация – это не только процесс поиска, формирования идентичности (конструирование), но и маркирование своей –

³ Их соотношение аналогично соотношению семантики слов *познание* – *самопознание*, *внушение* – *самовнушение*, *анализ* – *самоанализ* и т. п.

уже найденной или только становящейся – идентичности в целях ее сохранения.

Нетождественность идентичности и самопрезентации, самоидентификации и самопрезентации отмечается как в психологических, так и лингвистических работах. Психологи указывают на «определенное противостояние процессов самопрезентации и идентичности в интернет-коммуникации»⁴. В лингвистике констатируется подмена анализа идентичности анализом самопрезентации [Леонова, 2010. С. 70]. Данная претензия к авторам лингвистических работ представляется не вполне оправданной: почему «вместо», а не «вместе» (ведь, как мы уже упоминали, по О. И. Иссерс, стратегия самопрезентации тотальна)? Какие именно методы исследования позволяют достоверно зарегистрировать тот факт, что в определенных дискурсивных условиях говорящий *не отвечает* на вопрос «кто я есть на самом деле»? Да и что это значит – «на самом деле»?

Соотношение идентичности / самоидентификации и самопрезентации – острый вопрос, возникающий в точке соприкосновения внутреннего и внешнего человека. Однако они не противопоставлены так же, как истина и ложь, сущность и маска, подлинное и приписанное – у этих категорий свои закономерности и логика соотношения.

Не вызывает сомнения, что самоидентификация – абсолютно самостоятельный феномен, акт самоидентификации происходит не только в ситуациях представления и знакомства и не связан исключительно со стратегией управления впечатлением. Соотношение же самоидентификации и самопрезентации заключается не только в установлении иерархических отношений, некой подчиненности одного другому (например, самоидентификация – одно из средств стратегии самопрезентации). Имеется необходимость посмотреть на коммуникацию не сквозь призму самопрезентации, а сквозь призму идентичности / самоидентификации.

В связи с этим предлагаем ввести следующее определение вербальной со-

циальной самоидентификации в аспекте лингвистических исследований: *самоидентификация* – это процесс осознания и маркирование принадлежности говорящего субъекта к какой-либо социальной группе / категории, к какому-либо классу / уровню. Разновидностью этого процесса является *рефлексивная самоидентификация* – описание своей идентичности, номинативная стратегия причисления себя к какой-либо социальной группе / категории, к какому-либо классу / уровню.

Вербальная социальная самоидентификация подчинена удовлетворению важнейшей человеческой потребности – потребности в принадлежности к группе, за счет чего приобретает силу (ценности и ресурсы) этой группы. Это самообозначение, причисление себя к группе, может носить более или менее демонстративный характер, т. е. больший или меньший вес самопрезентационного компонента.

Меньший вес самопрезентационного компонента мы видим в случае недемонстративного самообозначения, когда управление впечатлением адресата о говорящем отходит на второй план. Самообозначения как самоцель выполняют поисковую функцию ответа на вопрос «Кто я?», встречаются преимущественно в текстах личного характера (дневники, записные книжки, воспоминания), в доверительном личном общении, а также в ответах на известный тест М. Куна и Т. Макпартленда «Кто я?».

Вес самопрезентационного компонента повышается в самообозначениях «мимоходом», здесь основная цель заключается не в создании образа говорящего, а в убеждении адресата в чем-либо. Это может быть функция пояснения и присоединения к авторитету своей группы: *Мы, диетологи, советуем не есть жирное. Распространено также очерчивание границ своих полномочий: Я, как депутат Думы, обещаю проконтролировать этот вопрос; Не нам, неметодистам, судить о качестве методических заданий.* Ярким признаком самообозначения «мимоходом» является свернутая логическая пропозиция, в отличие от всех других предложений с семантикой самообозначения. Дискурсивное пространство самообозначения «мимоходом» – это производственная, деловая, профессиональная речь, дискурс телешоу, а также семейная коммуникация. Управление впечатлением в ряде

⁴ Жичкина А. Е., Белинская Е. П. Стратегии самопрезентации в Интернете и их связь с реальной идентичностью // Флогистон: психология из первых рук. 2004. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.

случаев несколько выходит вперед, поэтому данные акты можно считать промежуточными между демонстративным и недемонстративным самообозначением.

Большой вес самопрезентационного компонента имеет место в ситуации вынужденного формирования впечатления о себе, реализуется в жанрах резюме, делового или личного знакомства, когда говорящий считает, что информация о его принадлежности к какой-либо социальной страте должна быть известна адресату. Эта информация передается чаще всего при непосредственном контакте, в диалогической речи (либо потенциально диалогической – в интернет-блогах), выполняет роль оптимизации взаимодействия, установления контакта, прагматическую задачу «коммуникативно-личной ориентации говорящего» [Шелякин, 2010. С. 29], отвечает на вопрос «Кто я здесь и сейчас для адресата?». Самопредставление может инициативным (*Добрый день! Я NN, доктор филологических наук, буду вести нашу секцию*) или реактивным (*Я тот врач, которого вы искали*). Инициативное самопредставление имеет большой вес в формировании образа, управлении впечатлением о себе, поскольку у говорящего существует большая свобода в выборе того, что говорить или чего не говорить о себе.

Таким образом, акты вербальной рефлексивной самоидентификации можно обнаружить практически в любом типе дискурса о себе, однако эти акты могут различаться по силе намерения управлять впечатлением, т. е. весом самопрезентационного компонента.

Список литературы

Большая российская энциклопедия: В 30 т. / Под ред. С. Л. Кравец. М., 2008. Т. 10.

Большой психологический словарь / Под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. М., 2004.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск, 1999.

Йоргенсон М. В., Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод: Пер. с англ. 2-е изд., испр. Харьков, 2008.

Киселев И. Ю., Смирнова А. Г. Формирование идентичности в российской провинции. М.; Ярославль, 2001.

Кон И. С. В поисках себя. М., 1984.

Кондратьев М. Ю., Ильин В. А. Азбука социального психолога-практика. М., 2007.

Короленко Ц. П., Дмитриева Н. В., Загоруйко Е. Н. Идентичность. Развитие. Пере насыщенность. Бегство. Новосибирск, 2007.

Кривых Л. В. Символический мир как основа самоидентификации // Политико-философский ежегодник. М., 2009. Вып. 2. С. 130–140.

Леонova Е. В. К вопросу о дискурсивном пространстве формирования и вербализации идентичности // Языковые и культурные контакты: Сб. науч. тр. Саратов, 2010. С. 68–73.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М., 2003.

Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других! СПб., 2002.

Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж, 1987.

Шаховский В. И. Лингвистика эмоций // Филологические науки. 2007. № 5. С. 3–13.

Шелякин М. А. Очерки по прагматике русского языка. М., 2010.

Шнейдер Л. Б. Профессиональная идентичность. М., 2001.

Goffman E. Presentation of Self in Everyday Life. Edinburgh: University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre, 1959.

Материал поступил в редколлегию 08.06.2012

М. А. Лаппо

SELF-IDENTIFICATION AND SELF-PRESENTATION IN DIFFERENT TYPES OF THE DISCOURSE

The article analyzes the linguistic perspective of interdisciplinary study of the phenomena of self-identification and self-presentation. Their ratio in different types of texts is described.

Keywords: identity, self-identification in linguistics, self-presentation in linguistics, interrelation of self-presentation and self-identification, discourses.