

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра англійської мови та методики її викладання

**МОВНІ ЗАСОБИ МОДЕЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ
ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЖА (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ
АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ)**

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка 4 курсу 09-451 групи

Спеціальності 014.02 Середня освіта

(мова і література англійська).

Спеціалізація: польська мова

Освітньо-професійної програми «Середня

освіта (Мова і література англійська)»

Антонюк Юлія Павлівна

Керівниця: к. філол. наук, доцентка

Лебедева Аеліта Володимирівна

Рецензентка: к. філол. наук, доцентка

Хан Олена Георгіївна

Херсон – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Поняття, види та засоби соціальної ідентифікації	5
1.1. Поняття соціальної ідентифікації	5
1.2. Вербальна соціальна ідентифікація	12
РОЗДІЛ 2. Соціальна ідентифікація персонажа в художніх текстах	19
2.1. Засоби створення образу персонажа в тексті.....	19
2.2. Вживання мовних засобів для соціальної ідентифікації персонажа в художньому тексті.....	21
ВИСНОВКИ	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	28

ВСТУП

Дане дослідження присвячене виявленню та опису мовних засобів моделювання процесу і типів ідентифікації особистості в сучасних англійськомовних художніх текстах.

Питання ідентифікації пов'язані з ототожненням людини з оточуючими об'єктами, соціальними групами і самим собою, із з'ясуванням людиною своєї ролі і свого місця в світі. Ідентифікація виступає предметом розгляду філософії (М. Бахтін, М. Бубер, Г. Чернявська, А. Шемапов), психології (У. Джеймс, І. Кон, Ж. Лакан, М. Щербаков), соціології (А. Шафоростов) і лінгвокультурології (О. Сидорова, О. Сиротипіна).

Актуальність дослідження полягає в моделюванні соціальної ідентифікації як діяльності, спрямованої на соціальне пізнання і самопізнання.

Метою дослідження є опис структури компонентів моделі ідентифікації особистості.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

- розкрити змістовне наповнення поняття та описати типи соціальної ідентифікації;
- дослідити вербальну соціальну ідентифікацію та охарактеризувати засоби її реалізації;
- схарактеризувати засоби створення образу персонажа в тексті;
- виявити мовні засоби соціальної ідентифікації персонажа.

Об'єктом дослідження виступає ідентифікація персонажа художніх текстів.

Предметом дослідження є мовні засоби моделювання ідентифікації особистості в сучасних англійськомовних художніх текстах.

Методи дослідження:

- аналіз психологічної літератури;
- бесіда;
- спостереження;
- анкетування;
- якісна і кількісна обробка даних.

Практичне значення полягає в можливості застосувати результати дослідження при підготовці лекційних курсів та семінарських занять з лінгвістики тексту, стилістики та соціолінгвістики, а також при розробці спецкурсів з лінгвістики та інтерпретації тексту.

РОЗДІЛ 1

ПОНЯТТЯ, ВИДИ ТА ЗАСОБИ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ

1.1. Поняття соціальної ідентифікації

Важливе для сучасної філософії, психології, соціології та політології поняття “соціальна ідентифікація”, вона позначає комплексну діяльність особистості з соціального самопізнання, самовизначення і усвідомлення своєї ролі і значущості в соціумі. Соціальна ідентифікація визначає напрямок, мету і сенс життя особистості, допомагає їй зайняти і зрозуміти своє місце в суспільстві і, в той же час, структурує саме суспільство. Процес соціальної ідентифікації є основою вирішення важливих суспільних завдань і запорукою стабільного розвитку суспільства та його інститутів [9, с. 9].

Термін «соціальна ідентифікація» є новим, похідним і вторинним по відношенню до терміну “ідентифікація” у вітчизняній науці. Тлумачні та енциклопедичні словники не пропонують для нього окремих словникових статей і визначають його як синонім групової/соціальної ідентифікації [8, с. 15].

Під соціальною (груповою/колективною) ідентифікацією розуміється ототожнення себе з соціальною групою або спільністю і прийняття її цілей і цінностей.

У процесі соціальної ідентифікації особистість співвідносить і ототожнює себе з реальними або уявними людьми або групами, випробує різні моделі поведінки, ролі і статуси, інтереси, погляди, цінності, оцінки і норми, визначає “свою” групу, інтегрується в неї і дистанціюється від “чужих” груп. У результаті даного процесу особистість привласнює думки, інтереси і ознаки групи.

Зіставлення і протиставлення цінностей, поглядів, інтересів, моделей поведінки, оцінок “своєї” і “чужих” соціальних груп формує основу соціальної ідентифікації. Метою соціального зіставлення є перевага своєї групи над іншими за значимими параметрами, збереження позитивного образу себе і збереження або підвищення самооцінки. Позитивна відмінність “своєї” групи від “чужої” породжує високий престиж, негативна – низький. Будь-який акт соціальної ідентифікації, таким чином, є актом суперництва, порівняння та диференціації за ціннісно-значимими характеристиками. Об'єктом соціального порівняння та оцінки може виступати соціальна група в цілому або її окремий представник і носій групових цінностей - так званий “значущий інший” [15, с. 164].

Результатом ідентифікації є соціальна ідентичність – стійке уявлення особистості про власну приналежність до соціальних груп: національності, професії, статі і т.д. [1, с. 349].

Соціальна ідентичність – це усвідомлення особистістю самої себе через набір стійких характеристик, який є відповіддю на питання “Хто я?”, переживання своєї приналежності до соціальних груп і уявлення про відмінності від інших індивідів і груп, їх моделей поведінки і ціннісних орієнтирів. Соціальна ідентичність характеризується як центральний аспект особистісного самовизначення і самосвідомості людини і являє собою висловлене або невисловлене переживання індивідом, групою або соціумом почуття приналежності до “свого” світу, відчуття і усвідомлення генетичних, історико-культурних, духовних коренів, ототожнення себе з соціокультурним середовищем, її нормами і цінностями, потреба в схваленні власних дій авторитетами групи, відчуття нерозривного зв'язку власного майбутнього з майбутнім «свого» середовища. Соціальна ідентичність – це уявлення особистості про своє місце в суспільстві, цінності і поведінкові моделі, які формуються в процесі співвіднесення себе зі значущими культурними

орієнтирами, рольовими функціями і соціальними інститутами.

Індивід знаходить соціальне “Я” лише у взаємодії з іншими, розігруючи соціальну роль, приймаючи і оцінюючи її через прийняття ставлення інших до себе самого [16, с. 205].

Ідентичність формується в діалозі Я суб’єктивованого (І) і Я об’єктивованого, побаченого з позицій узагальненого Іншого (Ме), за допомогою символічних знакових систем, і, перш за все, мови, рушійними силами соціального розвитку людини визнаються інтерпретація і рольова гра. У процесі соціальної ідентифікації особистість оцінює себе з точки зору того, як, на її думку, оцінюють її інші в рамках значущої для них типології. Одночасно особистість оцінює можливі судження про неї інших з позиції самосприйняття в порівнянні зі значущими для нього соціальними типами [13, с. 31-32].

Дані положення, ключові для вітчизняної і західної теорії ідентифікації, співзвучні ідеям М. Бахтіна про діалогічний характер самопізнання, самооб’єктивації як про один з його етапів й іншому як невід’ємному умови і компоненті самопізнання. Не маючи можливості поглянути на себе ззовні, ми «вживаємося» в невизначеного можливого іншого, за допомогою якого ми намагаємося зайняти зовнішню по відношенню до себе ціннісну позицію і врахувати особливий «ціннісний коефіцієнт», з яким наше життя сприймається інакше і який відрізняється від того коефіцієнта, з яким ми самі переживаємо наше життя. Пізнати себе означає „перебувати у нестями”, об’єктивувати себе, тобто поглянути на себе очима іншого і оцінити себе з позицій можливого узагальненого іншого. Через інших ми осягаємо і привласнюємо „зовнішні моменти свого буття”, а потім знову “повертаємося до себе самих” [2, с. 98].

Самопізнання завжди носить діалогічний характер. Як для інших, так і для себе самого людина розкривається тільки в спілкуванні, у взаємодії з іншою людиною. При цьому діалог є не просто засобом

прояву змісту внутрішньої людини зовні, в діалозі людина вперше стає тією, якою вона є [2, с. 150].

Соціальна ідентифікація може розглядатися як вид рефлексії, компонент глобального континуального процесу світогляду і один з процесів, спрямованих на формування і тлумачення картини світу. Під картиною світу розуміється цілісний “початковий глобальний образ світу”, який формується у людини в процесі його взаємодії зі світом і є “результатом всієї духовної активності людини”, репрезентує значущі для її носія властивості світу і складає основу світогляду людини. Необ’єктивна картина світу існує як невітлений елемент свідомості і життєдіяльності людини, об’єктивована – у вигляді “відбитків” картини світу в мові, жестах, образотворчому мистецтві, музиці, ритуалах, речах, етикеті, міміці, модах, способах ведення господарства, різного роду соціокультурних стереотипах поведінки людей і т.д.. Синонімами поняття “об’єктивація” виступають терміни “актуалізація”, “репрезентація”, “реалізація” і “експлікація”. Виходячи з вищенаведених розмежувань, представляється доцільним розрізняти необ’єктивну соціальну ідентифікацію як соціальну авторефлексію, невітлений процес свідомості; і об’єктивну соціальну ідентифікацію, виражену в мові, міміці, жестах, мовах мистецтва, елементах матеріальної культури, різноманітних формах людської поведінки.

Сучасні психологія та соціологія пропонують різноманітні класифікації типів соціальної ідентичності та ідентифікації. Значущою для даного дослідження є класифікація за типом соціальної групи або категорії (нація, політична партія, гендер і т.д.), з якою ідентифікує себе особистість. [7, с. 17-21]

У соціології розмежовуються такі типи ідентифікації: ідентифікація зі спільнотами різного масштабу: з сім’єю і друзями, жителями міста, людьми тієї ж національності і т. д.; матеріально-майнова, професійна і виробничо-організаційна ідентифікація: з

товаришами по навчанню або роботі, людьми тієї ж професії, з тими, хто має такий же достаток; вікова ідентифікація; громадянська ідентифікація, наприклад, з українцями; політико-ідеологічні ціннісні ідентифікації: з людьми, близькими за політичними позиціями, що поділяють переконання і погляди на життя; ідентифікації на основі поведінкових стратегій: з тими, хто вважає за краще жити “як усі”, з “господарями” своєї долі і т.д. [1, с. 39].

Розрізняються соціальна ідентифікація з малою групою, класом, сім'єю, професійною спільнотою, територіальною спільністю, національною групою, народом, громадським рухом, державою, людством в цілому.

Розмежовуються також типи соціальної ідентифікації:

- вікова, локальна, класова (становна), конфесійна, культурна;
- громадянська (приналежність індивіда до держави, країни);
- статева, вікова, расова, етнічна, географічна, професійна, релігійна, політична, майнова, класова (сумарне явище, критеріями якого є рівень доходу, сфера професійної зайнятості, рівень освіти і виховання, смак), статус (сукупність різних параметрів соціальної ідентичності, що дозволяє визначити її місце в суспільстві) та ін..

Типи ідентичності корелюють з рівнями ідентифікації: соціально-професійним, сімейно-клановим, національно-територіальним, релігійно-ідеологічним, еволюційно-видовим, статевим і духовним. Кожна особистість формує ієрархію різних аспектів соціальної ідентичності залежно від пріоритетів.

Лаппо наводить такі варіанти найменувань типів соціальної ідентифікації: цивілізаційна (культурно-цивілізаційна, цивілізаційно-культурна, антропосоціальна); культурна (історико-культурна, культурно-історична, соціально-культурна, соціокультурна, культурно-цивілізаційна, етнокультурна, національно-культурна); національна

(національно-культурна, національно-історична, національно-державна, державно-національна, етнічна, етнорелігійна, етнорегіональна); територіальна (регіональна, державно-громадянська, національно-державна); гендерна (статева, сексуальна, гендерно-рольова); релігійна (духовна, світоглядна, метафізична, конфесійна, теологічна, етнорелігійна, моральна); політична; професійна [8, с. 18-19].

У даному дослідженні мовне наповнення художньої моделі ідентифікації буде конкретизовано на прикладі гендерної, національної, регіональної, майнової, професійної, сімейної, політичної, релігійної та вікової соціальної ідентифікації.

Гендерна ідентифікація – формування гендеру, тобто уявлення про власне біологічне поле як чоловіче або жіноче і відповідних йому чоловічих і жіночих якостях, схильностях, моделях поведінки, видах діяльності, цілях і цінностях. Гендер формується за допомогою виховання, традицій, звичаїв, правових та етичних норм [3, с. 295].

Професійна ідентифікація – професійне самовизначення, формування уявлення про себе як про професіонала, накопичення і осмислення професійного досвіду і самоствердження в професійній спільноті. Значущими параметрами професійної ідентифікації є рівень освіти, соціальна значимість і престижність праці, достаток.

Вікова ідентифікація – процес ототожнення себе з віковою групою, суб'єктивне переживання і інтерпретація людиною свого хронологічного віку (дитинство, юність, дорослість, старість) через призму соціально-обумовлених вікових стереотипів. Кожній з вікових категорій відповідає свій набір норм, ролей, форм соціальної активності, який визначається системою поділу праці та соціальною структурою суспільства.

Релігійна ідентифікація – формування уявлення про приналежність до певної релігії, уявлення про себе і світ відповідно до

релігійних істин, норм і вчень, ототожнення і суб'єктивна причетність індивіда до конкретної релігії, способу життя одновірців.

Майнова ідентифікація – уподібнення з тими, хто має такий же достаток, з соціально-економічним класом в біполярній системі економічних категорій “багаті – бідні люди”, процес усвідомлення особистістю факту володіння власністю, а також формування уявлення про свої ділові здібності і якості [12, с. 32].

Національна ідентифікація – формування національної самосвідомості особистості, уявлення про приналежність до нації або етносу на підставі спільності культури, історії та мови.

Регіональна ідентифікація – порівняння себе зі спільнотою, що належить до якого-небудь географічного простору, свідомість територіальної приналежності індивіда, свідомість своєрідності природних, політичних, історичних, культурних, етнічних та інших ознак, що дозволяють відрізнити жителів даної території від жителів безлічі інших територій.

Сімейна ідентифікація – ототожнення з сім'єю як спільністю, результатом якої є відчуття приналежності до сім'ї, засвоєння стилів батьківського виховання, зразків поведінки і реагування на різні життєві ситуації, уявлення про сімейні ролі, знання історії свого роду, підтримання зв'язків з найближчими родичами.

Політична ідентифікація – усвідомлення індивідом себе як суб'єкта політичного процесу, включення в нього, а також прийняття (або в деяких випадках відкидання) будь-якої політичної позиції, політичної ідеології, партії або політичного діяча, формування соціально-політичних установок.

Отже, під соціальною ідентифікацією буде далі розумітися процес соціального самопізнання, порівняння і ототожнення себе з різними соціальними групами або окремою людиною як втіленням властивостей і цінностей групи, а також порівняння і оцінка “своєї” і “чужих” груп за

ціннісно значимими параметрами. Терміном “соціальна ідентичність” буде позначений результат даного процесу, тобто сформоване у людини відносно стійке уявлення про власну приналежність до вищеназваних соціальних груп.

1.2. Вербальна соціальна ідентифікація

Соціальна ідентифікація завжди носить символічний характер. Людина конструює своє соціальне “Я” і пізнає себе в процесі взаємодії з іншими за допомогою символів. Входячи в роль, людина використовує слово або предмет матеріального світу – “зовнішні символи ролі” [10, с. 39-40].

Типологія, на яку передбачається далі спиратися, буде будуватися на декількох різних підставах. Виходячи з традиційного розмежування вербальних і невербальних засобів соціальної ідентифікації, виокремимо вербальну соціальну ідентифікацію, а також її засоби впорядкуємо відповідно з рівнями мовної системи і доповнимо засобами текстового рівня. Систематизуємо **засоби вербальної ідентифікації** відповідно до способу вираження та конструювання значення соціальної категорії, що дозволить нам говорити про експліцитну та імпліцитну соціальну ідентифікацію.

Серед різноманітних знакових систем людської соціалізації, таких як жестові знаки, стандартні тілесні рухи і системи матеріальних артефактів, система мовних знаків найбільш значуща. Процес соціальної ідентифікації отримує уявлення в мові і мовній поведінці на перших етапах когнітивного розвитку людини. Перші мовні форми соціальної ідентифікації включають структури тверджень володіння, описи власних зовнішніх фізичних ознак, спорідненості, фізичних умінь і значно поповнюються надалі [5, с. 528].

Соціальна ідентифікація розуміється як вираз об'єктивної, відносно стійкої сутності, соціальна категорія як попередня її мовному вираженню, а мова – як іманентна частина соціальної ролі і засіб вираження соціальної ідентичності. Соціальні групи характеризуються постійним обмеженим набором різнорівневих мовних і немовних одиниць – індикаторів соціально-групової приналежності, а мова індивіда детермінована членством в соціальній групі.

Соціальна ідентифікація розуміється і як разове ситуативне комунікативне досягнення індивіда, а мову – як засіб безперервного конструювання соціальної ідентичності. У даному дослідженні зазначені підходи розглядатимуться як взаємодоповнюючі, соціальна ідентичність трактуватиметься одночасно і як продукт соціальної рефлексії, і як його реалізація і трансформація в процесі комунікації.

Огляд вітчизняних і зарубіжних лінгвістичних досліджень, дозволяє виділити такі засоби вербальної ідентифікації:

- графічні (орфографічні, пунктуаційні, емотикон, особливості почерку, уподобання шрифту і т. д.);
- фонетичні (артикуляційні; просодичні: тембр, темп, ритм, висотні характеристики, гучність мови, паузи, акцент);
- лексичні (соціоніми-номінативна лексика зі значенням соціальної категорії (батько, лікар, православний, херсонець), оніми, терміни, одиниці жаргону, сленгу та інша спеціальна лексика, відмова від вживання певних лексичних одиниць);
- семантичні (семантичні соціолектизми-лексеми-соціолінгвістичні маркери мовлення певних соціальних груп, що відрізняються від загальноновживаних лексем не формою, а значенням);
- граматичні (самоідентифікуючий вислів), соціально-марковані морфологічні форми;
- текстові (тематика текстів, їх жанрові та композиційні особливості, агентивність, особливості мовної гри, звернення до

прецедентних феноменів культури; особливості ігрової стилізації себе та іншого);

- дискурсивні (комунікативні тактики і стратегії, вибір комунікативної дистанції, модальність, параметри мовчання, форми звернення до співрозмовника, формули ввічливості і т.д.).

До текстових засобів ідентифікації віднесемо художній текст як вторинну моделюючу систему, тобто художній аналог дійсності або вербальну авторську художню модель соціального універсалу.

Відповідно до способу вираження і конструювання значення соціальної категорії вербальна ідентифікація розмежовується на **експліцитну** (в іншій термінології, номінативне конструювання соціальної ідентичності або опис соціальної ідентичності) й **імпліцитну** (в іншій термінології, вираз соціальної ідентичності).

Суб'єкт вербальної експліцитної ідентифікації називає соціальну категорію, до якої себе відносить, за допомогою **соціоніма**, тобто лексеми зі значенням соціальної групи (батько, лікар, православний, херсонець). Особистий займенник позначає суб'єкт ідентифікації, соціонім – соціальну категорію. Відносини семантичної предикації між ними виражені за допомогою:

- **самоідентифікуючого висловлювання** або “самоідентифікуючої формули”. Суб'єкт такого висловлювання приписує собі будь-яку властивість, якість, дію або стан як окремої особистості або як члену соціальної групи і виконавцю соціальної ролі. Висловлювання утворені за моделлю: “підмет, виражене особистим займенником (*I, we*) + дієслово-зв'язка + виражений соціонімом таксономічний (класифікуючий) предикат” (*I am a Democrat, I am realistic*). Суб'єкт ідентифікації позначається підметом, вираженим особистим займенником 1 ос. од. *I* або *mn.* *We* в референції до одиничного мовця (*We are the House of Representatives, and what we do here is important*);

- **іменного словосполучення** “присвійний займенник + соціонім” (*my blackness*);
- **додатки:** “особистий займенник + додаток (соціонім)” (*As a person of French heritage, I welcome this change of course in France*);
- **контексту**, тобто встановлюється адресатом на рівні пропозиції або надфразової єдності. Ідентифікуючи мовця, адресат добудовує „самоідентифікуючу формулу” за її елементами (соціонімом, займенником) з контексту (пор: „*Black people were not allowed in the park, and so it filled our dreams*”, *our dreams=black people's dreams; *we were black*).

Охарактеризуємо соціонім як лексичний засіб експліцитної ідентифікації докладніше.

Соціоніми структурують соціальний простір і актуалізують групові стереотипи, асоційовані з соціальною категорією, яку позначають. Соціоніми поділяються на самоназви або ендоніми – ті соціоніми, які віддають перевагу самі члени номінованої соціальної групи.

Соціоніми соціальних меншин піддаються евфемізації, дисфемізації та табуванню. Щоб підвищити соціальну оцінку та самооцінку, соціальна меншість створює альтернативну самоназву нейтральної оцінності. Якщо група при цьому не потребує об’єктивного підвищення соціального статусу, поліпшення конотативного значення соціоніма є тимчасовим і нова самоназва незабаром набуває негативну оціночність і сприймається як зневажливість. Так у спробі піти від рабовласницької термінології і соціальної несправедливості чорношкірі афроамериканці відмовилися від соціоніма *Colored* на користь *Negro*, потім – *Black* [17, с. 228].

Один і той же соціонім може бути допустимим в якості самоназви і неприпустимим в якості екзоніма, тобто може змінювати оціночність в залежності від суб’єкта і об’єкта ідентифікації. Соціальна меншість

може навмисно використовувати етнофолізм як самоназву, щоб змінити конотативні значення соціоніма і тим самим змінити соціальну оцінку і динаміку владних відносин. Поліпшення значення соціоніма підвищує соціальну самооцінку групи. Так, деякі чорношкірі афроамериканці звертаються один до одного, використовуючи табуйований лайливий етнофолізм „*nigger*”. Ще один приклад даного феномена – назва громадського руху „*Black is Beautiful*”, одним із завдань якого є зміна оцінності соціоніма *Black* і опосередковане підвищення цінності афроамериканської ідентичності.

Суб’єкт імпліцитної вербальної ідентифікації побічно вказує на свою соціальну приналежність, не називаючи соціальну групу, до якої себе відносить. Він вживає в мові різнорівневі соціально-марковані мовні форми.

Проілюструємо запропоновану типологію на матеріалі фрагментів романів М. Етвуд „*Cat’s Eye*” і Е. Уокер „*The Color Purple*”, в яких моделюється расова, майново-класова, гендерна та професійна соціальна самоідентифікація персонажа.

Приклад 1. Експліцитна мовна соціальна самоідентифікація персонажа:

„I’m pore, I’m black, I may be ugly and can’t cook... But I’m here”.

У наведеному фрагменті роману Е.Уокер „*The Color Purple*” автор моделює експліцитну мовну соціальну (майново-класову і расову) самоідентифікацію персонажа Селі. Згідно авторської інтенції, персонаж ідентифікує себе з соціальними групами “клас незаможних” і “негроїдна раса”.

Мовними маркерами експліцитної мовної соціальної самоідентифікації персонажа виступають:

- соціоніми *pore* (графон *poor i black*, що позначають значущі для персонажа соціальні групи:

Poor [adj 1] *lacking sufficient money , financial quality;*

Black [n, adj] *African-American*, ethnic group: *nationality, people, race, strain, tribe*;

- ад'єктивне речення: займенник першої особи однини *I* у функції підмета, дієслово-зв'язка *am*, соціоніми *pore* і *black* у функції предикативу.

Негативна оцінка персонажем номінованої расової та майново-класової ідентичності імплікована:

- прикметником негативної оціночної спрямованості *ugly* і негативною формою модального дієслова вміння *can* (*can't cook*) – в тотожних соціонімах *pore* і *black* синтаксичних позиціях однорідних присудків;
- антонімічними відносинами соціонімів *pore* і *black* є прислівником позитивної оціночної спрямованості прислівники *here* в значенні *alive – in the present life or state*, які сприймаються читачем як контекстуальні антоніми в тотожних синтаксичних позиціях предикативів в паралельній конструкції пропозицій, пов'язаних сполучним зв'язком [*I'm pore, I'm black ... But I'm here*];
- дистанційним повтором ідентифікаційної формули в мові антагоніста Селі, безіменного Містера, де *pore* і *black* виступають контекстуальними синонімами словосполучення *nothing at all*.

[*Who you think you is? he say. Look at you. You black, you pore, you ugly, you a woman. Goddam, he say, you nothing at all*].

Приклад 2. Імпліцитна мовна соціальна ідентифікація персонажа:

[*So I am left to the girls, real girls at last. But I am not used to girls, or familiar with their customs. A girl called Carol Campbell makes friends with me. Carol invites me to her house after school. The living room has a sofa and two chairs and matching drapes, all of a flowered material Carol says is chintz. She pronounces this word with awe, as if it's the name of something sacred, and I repeat it silently to myself: chintz*].

Her [Mrs. Campbell's] hair is done in a cold wave all over her head. It's Carol who points out that this is a cold wave. "You didn't know what a cold wave is?" She says delighted. She's eager to explain things to me, name them, display them. "You've never seen a coat tree".

У наведеному прикладі моделюється імпліцитна мовна соціальна (гендерна) ідентифікація роману М. Етвуд “Котяче око” восьмирічної Елейн. Героїня ідентифікує себе з подругою Керол-значущим “іншим”, який втілює бажані для Елейн і властиві жіночому гендеру стереотипи поведінки, норми, цілі, ролі, установки і цінності [*So I am left to the girls, real girls at last. But I am not used to girls, or familiar with their customs. A girl called Carol Campbell makes friends with me*]. Так, імітуючи мову подруги, Елейн освоює нові лексеми – мовні позначення нових реалій жіночого світу.

Отже, взявши до уваги представлені вище систематизації, можна сказати, що мовні засоби соціальної ідентифікації включають: зовнішність (одяг, зачіску, колір шкіри); „мова тіла” (міміку, пози, жести); майно, соціально значущі види діяльності, вміння, знання, естетичні переваги, якості; організацію особистого і громадського простору; ігрову або творчу моделюючу діяльність людини. Вербальна ідентифікація може здійснюватися графічними, фонетичними, лексичними, семантичними, граматичними, текстовими та дискурсивними засобами.

РОЗДІЛ 2

СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПЕРСОНАЖА В ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ

2.1. Засоби створення образу персонажа в тексті

Персонажі – це елемент, з якого будується вся книга. Саме тому, щоб написати цікаву книгу, необхідно створити яскравих персонажів, які довго будуть жити у свідомості читача. Потрібно відзначити, що герой твору завжди відрізняється від реальної людини. Книжкові герої бувають складними, мінливими і часом загадковими, але вони завжди повинні бути зрозумілі читачеві. Якщо вчинки героя стануть з якої-небудь причини не зрозумілі, то він просто стане нецікавий.

Читач дізнається про характер героя, вивчаючи його вчинки, рухи, аналізуючи його взаємини з іншими героями або співвідносячи їх з самим собою. Також характер і образ героя розкривається через зовнішні риси і через його близьке оточення, через належні йому речі. Особлива увага приділяється думкам і вчинкам героя.

Мало описати зовнішність людини, потрібно вибрати способи, які допоможуть побачити і зрозуміти внутрішній світ героя. Персонаж створюється з декількох складових, таких як портрет, вчинки, індивідуалізація мови, біографія героя, світогляд героя, звички, манери, ставлення героя до природи та інші.

Мова – один із способів вираження думок і опису дійсності. Вживання персонажем складних слів і поширених речень, а також розуміння його мови іншими героями, можуть надати читачеві його портрет. Звичка говорити короткими або довгими фразами, говорити коротко або ж дуже довго, впливає на мовний образ персонажа. Варто звернути увагу на образність – чи багато буде порівнянь в мові, чи

будуть використовуватися образи, алюзії, або ж мова персонажа буде утилітарною (точно описувати дійсність) [11, с. 19] .

Емоційність персонажа також може надати читачеві інформацію – чи багато буде емоцій в мові, чи будуть вони передавати внутрішній стан персонажа. Також важливо стежити за тим, наскільки мова персонажа зрозуміла оточуючим. Наявність слів-паразитів, кількість і їхній вибір можуть багато чого сказати про спосіб дій персонажа.

Архаїзми, які використовує в мові герой, можуть показати освіченість, а можуть – відірваність від дійсності. По тому, що саме цитує персонаж і як часто, можна сказати, що його хвилює в даний момент або протягом декількох років життя.

Жести не відносяться до мови, але супроводжують її досить часто. Вони є способом показати деякі етнокультурні особливості. Візьмемо на приклад британський художній твір „Sherlock”, який мав велику популярність по всьому світу, тому є доцільним вивчити його мовні особливості, які в значній мірі вплинули на сприйняття змісту читачами і зіграли значну роль в розкритті характерів персонажів [4, с. 188].

Мовні засоби, що використовуються для створення образу головних персонажів Шерлока Холмса і Джона Ватсона, можна розділити на контекстуальні (для їхнього розуміння потрібна загальна картина того, що відбувається у книзі та знання контексту) і локальні (їхня інтерпретація не залежить від відносин персонажів один з одним та знання сюжету). Перші реалізуються за рахунок такого прийому, як іронія (яка так само зустрічається і серед локальних мовних засобів). Другі (локальні) втілюються на лексичному рівні, в них входить використання іронії, термінів, ідіом, гри слів (які в деяких випадках є і контекстуальним мовним засобом). Іронія створює відчуття, що предмет обговорення не такий, яким він здається. Існує декілька форм іронії. Перша форма – пряма іронія (спосіб принизити, надати негативний або смішний характер описуваного явища).

Ще одна форма іронії – самоіронія (спрямована на власну персону). У самоіронії негативні висловлювання можуть мати на увазі позитивний підтекст. Приклад: „*it's not for the likes of us to drink tea*”.

У творі розрізняються міжмовні ідіоми Вони характеризуються неможливістю „буквального” перекладу [*„to be an old hand at”, “hell for leather”, “Achilles' heel”, “tipsy”*].

Таким чином, мовні особливості героїв є найважливішою складовою їхнього образу і характеру. Без створення унікального мовного образу кожного з героїв неможливе виникнення характеру. У процесі написання діалогів героїв використовують набір лінгвістичних прийомів, які допомагають зробити мову живою, насиченою, а образу персонажа – більш повно розкритися. Завдяки таким засобам, як іронія, ідіома, терміни і гра слів, персонажі можуть відкритися глядачам з абсолютно різних сторін, так як кожен з перерахованих прийомів відповідає за окрему характеристику. Використання різних типів іронії може охарактеризувати персонажа як з позитивного, так і з негативного боку (в залежності від того, наскільки сильно проявлена насмішка); ідіома в мові покаже, чи добре герой володіє рідною мовою, терміни вкажуть на обізнаність в будь-якої науці, а гра слів – на почуття гумору персонажа.

2.2. Вживання мовних засобів для соціальної ідентифікації персонажа в художньому тексті

У данному підрозділі йдеться мова про локальні мовні засоби, які характеризують персонажів як позитивно (неконфліктність, турбота про інших), так і негативно (егоцентризм, “соціопатичність”). Постійні і ситуативні характеристики персонажів відображаються в таких лінгвістичних локальних явищах як: слова, ідіоми, гра слів. Локальний прояв іронії також є найбільш частотним мовним засобом, тому хотілося

б навести приклади її використання в тексті з твору „Sherlock”.

Перший випадок іронії даного типу, який зустрічається в творі, зображується в коментарі, що належить Ватсону з приводу поведінки його друга Шерлока Холмса:

- *I'm not the Commonwealth.*

- *And that's as modest as he gets.*

Після процесу дедукції, знаменитий детектив просить у представника королівської сім'ї запальничку, на що той відповідає йому, що не курить. Відповіддю на його фразу служить твердження Шерлока Холмса, що курить високопоставлена особа, яка найняла його на роботу. Тоді державний службовець дивується такій точній дедукції детектива і каже, що до Шерлока їм вдавалося приховувати цей факт. На це Холмс відповідає *“I'm not the Commonwealth”*, чим ясно дає зрозуміти, що він відрізняється від інших, відчуває свою перевагу над іншими і здатний на набагато більше, ніж про нього думають. Джон Ватсон тут же підхоплює репліку, вимовляючи фразу *“And that's as modest as he gets”*, натякаючи на те, що згадана скромність зовсім не властива Шерлоку.

Шерлок Холмс володіє такою рисою характеру, як надмірна самовпевненість. Джон Ватсон, прекрасно знаючи про це, вимовляє фразу *“And that's as modest as he gets”*, намагаючись підкреслити саме протилежний сенс їм сказаного, так як іронія – це вживання слів у негативному сенсі, прямо протилежному буквальному. Саме завдяки такій відповіді Ватсона ми можемо спостерігати його постійну характеристику – іронічність.

Далі можна помітити нову сцену, яка також є ще одним прикладом локальної іронії. Між Шерлоком Холмсом і Джоном Ватсоном звучить такий діалог:

- *See I'm wondering who could have got hold of your phone. It would've been in your coat.*

- *I'll leave you to your deductions.*

- *I'm not stupid, you know.*
- *Where do you get that idea?*

У наведеному епізоді Шерлоку Холмсу приходить повідомлення на телефон, про яке повідомляє звук вхідного смс непристойного характеру. Джон Ватсон, який не залишився байдужим до того, що він почув, запитує свого друга, що це був за звук. Холмс, вдаючи, що він не розуміє, про що говорить Ватсон, продовжує займатися своїми справами, читати газету. Тоді, після того як Джон пояснює, що він мав на увазі звук вхідного повідомлення, Шерлок незворушно відповідає йому, що напевно рингтон звучить саме так, тому що його хтось змінив. Джон, починає сердитись і говорить *"See, I'm wondering who could have got hold of your phone. It would've been in your coat"*. Під цим він має на увазі, що ніхто не міг змінити рингтон, так як телефон весь час знаходився в кишені пальто Шерлока, яке одягла Ірен Адлер у сцені, коли Холмс і Ватсон були у неї вдома, і це нашттовхує Джона на думку, що саме міс Адлер зробила це. Шерлок, який простежив за таким нескладним логічним ланцюжком, вимовляє фразу *"I'll leave you to your deduction"*. Цією фразою намагається сказати, що Джон зробив дійсно складний висновок, маючи на увазі під цим абсолютно протилежну річ.

Його друг, ображений такою реакцією, вимовляє *"I'm not stupid, you know"*, показуючи Шерлоку, що той дійсно недооцінює його розумові здібності, принижуючи його через таку дрібницю. На що Холмс відповідає *"Where do you get that idea?"* „щиро” не розуміючи чому Ватсон вирішив, що Шерлок вважає його нерозумним. Саме в цій фразі і зображена локальна іронія, яка, в свою чергу, побудована таким чином, що об’єкт, до якого вона звернена (Ватсон), начебто самостійно робить логічні висновки і знаходить прихований сенс іронічного висловлювання. В даному випадку проявляється постійна риса Шерлока – схильність „насміхатися” над іншими.

Серед мовних засобів зустрічалася не тільки іронія, тому далі

розглянуті приклади такого прийому, як ідіома. Він є другим за частотою використання мовним засобом.

Перший випадок вживання ідіом зустрічається в сцені, де Джон Ватсон пише у своєму блозі про його пригоди з Шерлоком Холмсом. Детектив, зацікавлений тим, що пише Ватсон (хоч і не подає знаки), постійно підходить до свого друга, щоб дізнатися, що на цей раз вирішив написати Джон. Кожному своєму посту в блозі Ватсон дає назву, і саме ці заголовки змушують Шерлока коментувати написане. Побачивши черговий пост в блозі Джона, Холмс вимовляє фразу *“For god’s sakes! The Speckled Blonde?!”* У даному випадку ідіомою вважається перше речення, вимовлене Шерлоком. Даний вислів має негативну конотацію, оскільки вживається тільки у випадках невдоволення, коли людина натякає припинити що-небудь робити. Даний випадок відображає постійну характеристику Шерлока Холмса – його егоцентризм і схильність до насмішок. Його не влаштовує те, що робить Ватсон, і він коментує це в грубій формі при кожній зручній нагоді. Він не вірить, що блог Джона може бути дійсно комусь цікавий, крім нього самого.

Наступний приклад вживання ідіом зустрічаються рідко *“They’ll be more of then, they’ll be keeping an eye on the building”* в сцені, коли детектив і його друг Джон Ватсон опинилися вдома у Ірен Адлер. Дана пропозиція звучить після того, як Шерлок, Джон і Адлер протистояли бандитам, що увірвалися в будинок до Ірен Адлер. Шерлок, незадоволений таким розвитком подій, каже, що напевно бандитів набагато більше, і вони можуть стежити за будинком. Ця фраза вважається сталим виразом, так як значення слів по-окремо відрізняються від їх загального сенсу. Вживання даної ідіоми характеризує Шерлока, як кмітливу людину (ця риса є постійною), так як він припустив, що напад не може обмежитися невеликою кількістю бандитів –можливо інші просто стежать за будівлею.

Далі буде розглянуто випадки вживання термінів і спеціальної лексики в тексті „Sherlock”. Оскільки робота Шерлока Холмса безпосередньо пов’язана з розслідуваннями вбивств, вживана ним лексика носить медичний і юридичний характер, тому всі розглянуті терміни мають безпосереднє відношення до медицини і юриспруденції.

Розглянемо монолог Шерлока *“Did you see him? Morbidly obese, the undisguised halitosis of a single man living on his own. The right sleeve of an internet porn addict, the breathing pattern of an untreated heart condition. Low self-esteem, tiny IQ and a limited life expectancy, and you think he’s a criminal mastermind?!”*. Тут Шерлок описує одного зі своїх клієнтів, стан здоров’я якого не дозволив би йому стати злочинцем, як вважають поліцейські. У процесі детектив вживає кілька термінів серед яких: *halitosis, addict, pattern, heart-condition, life-expectancy*. Зазначені приклади спеціальної лексики і термінів характеризують Шерлока Холмса як ерудованого, схильного демонструвати свою перевагу персонажа, а також вказує на його схильність до “позерства”.

Вимовлені детективом фрази можна було б спростити, використовуючи замість термінів нейтральну лексику, проте Шерлок не став цього робити, що і говорить про нього як про людину, що намагається всім продемонструвати свою начитаність.

Таким чином, для розуміння деяких лінгвістичних явищ досить бачити і знати тільки текст, не заглиблюючись у контекст і не маючи додаткових знань про героїв. Подібні мовні засоби реалізовані не тільки за допомогою іронії, а й у випадках використання ідіом і термінів.

ВИСНОВКИ

Для досягнення поставленої мети дослідження – опису структури компонентів моделі ідентифікації особистості в сучасних англomовних художніх текстах – було розкрито змістовне наповнення поняття та проаналізовано типи соціальної ідентифікації, також досліджена суть вживання мовних засобів таких як: іронія, терміни та ідіоми.

Соціальна ідентифікація особистості визначена як процес ототожнення і порівняння себе з соціальною групою або значущим Іншим, що втілює цінності і норми поведінки соціальної групи. Поняття “ідентифікація” та “ідентичність” в дослідженні розмежовувалися і трактувалися як процес соціального самопізнання і самооцінки і його результат, уявлення людини про власну соціальну приналежність до різних груп: раси, гендеру, професійної групи і т. д.

Виділено та проаналізовано типи соціальної ідентифікації: гендерної, національної, регіональної, расової, майнової, професійної, сімейної, релігійної, політичної та вікової. Ми дізналися про вербальну ідентифікацію та охарактеризували засоби її реалізації.

На основі художнього твору „Sherlock” було виявлено основні засоби створення образу персонажа в тексті, також проаналізовано характеристики, котрі відображаються в мовних засобах, які використовують персонажі.

Результати даного дослідження можуть сформулювати перспективу для опису структури і семантики інших мовних елементів художньої моделі соціальної ідентифікації (особистих займенників, фазових дієслів, онімів і т.д.).

Підводячи підсумки, необхідно зазначити, що на даний момент існує безліч цікавих художніх творів. В їхніх сюжетах змінюються персонажі, переосмислюючи свою поведінку, а іноді й стиль мови. Так, наприклад, в зазначеному в прикладі творі, Шерлок Холмс спочатку

постає перед нами грубим соціопатом, не зацікавленим в чужих проблемах, пізніше стає чуйним і вірним другом. Цікавість викликає в особливості кожного з героїв, оскільки багато хто любить окремих персонажів саме за їхню поведінку і реакції на нестандартні ситуації. Поступово вигадані образи стають частиною нашого життя і часом починають сприйматися як реальні люди. Якби письменники не наділяли своїх персонажів яскравими рисами характеру і часом експресивним стилем поведінки, то, напевно, твори не були б такими цікавими і захоплюючими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеев В. С. Соціальна ідентичність людини//Соціальна психологія: Хрестоматія. Навчальний посібник для студентів ВНЗ. М: Аспект Пресс, 2003. 475 с.
2. Бахтін М. М. Автор і герой в естетичній діяльності. Естетика мовної творчості. М: Творчість, 1979. 270 с.
3. Батлер Дж. Присвоєння тілом гендера: філософський внесок Симони де Бовуар. М.: Роспен, 2005. 350 с.
4. Виноградов В.В. Про основні типи фразеологічних одиниць в українській мові, в кн.: А. А. Шахматов. 1864–1920. Збірник статей і матеріалів, М.Л., 1947. 320 с.
5. Крайг Г., Бокум Д. Психологія розвитку. СПб: Пітер, 2005. 940 с.
6. Лаппо М. А. Когнітивно-дискурсивна сутність само ідентифікації. *Вісник Томського державного університету. Філологія*. 2009. Том 4 (8). С. 30-37.
7. Лаппо М. А. Лексичні засоби опису ідентичності. *Вісник Томського державного університету. Філологія*. 2011. № 2 (14). С. 21-32.
8. Лаппо М. А. Самоідентифікація: семантика, прагматика, мовні ресурси: монографія. М., 2013. 180 С.
9. Семененко І. С. Політична ідентичність і Політика ідентичності. *Ідентичність як категорія політичної науки: словник термінів і понять*. 2011. Том 2. С. 170-208.
10. Сорокін П. А.символи в суспільному житті. Рига: Наука і життя, 1913. 98 с.
11. Хализев Е. В. Теорія літератури. М., 2000. 380 с.
12. Хащенко В. А. Економічна ідентичність особистості: психологічні детермінанти формування. *Психологічний журнал*. 2004. Т. 25. № 5. С. 32-49.

13. Еріксон Е. Ідентичність, юність і криза. М.: Прогрес, 1996. 344 с.
14. Ядов В. А. Соціальна ідентифікація в кризовому суспільстві. *Соціологічний журнал*. 1994. № 1. С. 35-62.
15. Ядов В. А. Соціальні та соціально-психологічні формування соціальної ідентичності особистості. 1995. 409 с.
16. Cooley C. H. Human nature and the social order. New Jersey: Transaction Publishers, 1983. 444 p.
17. Galinsky A. D., Hugenberg K., Groom C., Bodenhausen G. The reappropriation of stigmatizing labels: Implications for social identity. *Identity issues in groups. Research on managing groups and teams*, 2003. P. 138-146.