

А. П. Романченко,

канд. філол. наук, доц.,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,

доцент кафедри української мови

СТРАТЕГІЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ЇЇ ТАКТИКИ (НА МАТЕРІАЛІ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДИСКУРСУ)

Статтю присвячено вивченню комунікативної стратегії самопрезентації як одній із фундаментальних соціальних потреб особистості мати власне обличчя. Установлено її тактики (об'єктивного інформування, суб'єктивного інформування, соціальної взаємодії, консолідації, планування, трансференції) та типові засоби вираження. Акцентовано, що стратегія самопрезентації відображає авторське «я» через індивідуальні погляди, світогляд народу в цілому та науковців зокрема.

Ключові слова: стратегія, тактика, самопрезентація, лінгвістичний дискурс, учений, мовна особистість.

Постановка наукової проблеми. Самопрезентація – одна з фундаментальних соціальних потреб особистості мати власне обличчя. Її ефективність залежить від вдало сформованого позитивного образу й досягнень адресанта в певній галузі знань. Теоретичними проблемами, пов'язаними із самопрезентацією людини, переймалися соціологи й психологи ще з минулого століття (І. Гоффман, Е. Джонс, Д. Майєрс, А. Шутс та ін.), спочатку розглядаючи її як маніпулятивну поведінку, спрямовану на створення позитивного враження про себе. Пізніше самопрезентацію вважають

загальною особливістю соціальної поведінки [5; 8; 9]. Б. Шленкер трактував її як визначальний і невід'ємний складник повсякденного соціального життя людини, стверджуючи, що надання інформації про себе обов'язково містить усвідомлену увагу й контроль [10, с. 495]. Як постійний процес, що зазнає змін залежно від мети та обставин, характеризував самопрезентацію І. Гоффман [8, с. 85–86].

Аналіз досліджень із проблеми. Виокремлюють кілька підходів до розуміння самопрезентації як поведінки людини: соціологічний, комунікативний, соціо-перцептивний, культурологічний, психолінгвістичний, гендерний, соціально-філософський тощо. Їх об'єднує психологічне підґрунтя [6, с. 26]. У психології й соціології вже розроблено класифікацію стратегій самопрезентації, спрямованих на отримання соціального визнання, а також методики виявлення її тактик. Їхню таксономію подано в [3; 11].

У мовознавстві наявні значні напрацювання стосовно специфіки самопрезентації в різних жанрах політичного (О. В. Атьман, Л. В. Завальська, Д. М. Каліщук, А. О. Краснякова, Н. Я. Кузьмич, О. М. Паршина, Л. І. Стрій), частково автобіографічного (Ю. В. Звонарьова), музичного (Ю. В. Мамонова), буттєвого дискурсів (А. С. Дорошкевич), в Інтернет-дискурсі (О. О. Ковригіна). Лінгвістичний дискурс представлений в цьому аспекті на німецькомовному матеріалі (Н. В. Карпусенко).

Мета розвідки – визначити тактики комунікативної стратегії самопрезентації та з'ясувати особливості їхньої вербалізації. **Об'єкт** дослідження – тактики самопрезентації, **предмет** – засоби реалізації виокремлених тактик у лінгвістичному дискурсі. **Джерельну базу** дослідження становить науковий доробок відомих українських учених-мовознавців – О. І. Бондаря, П. Ю. Гриценка, С. Я. Єрмоленко, Ю. О. Карпенка.

Виклад основного матеріалу. Комунікативна стратегія самопрезентації реалізується в лінгвістичному дискурсі за допомогою кількох тактик. *Тактика об'єктивного інформування* про себе як про вченого скерована на подання відомостей фактичного характеру, що можуть бути перевірені. Науковці наводять факти про участь у комісіях, опонування дисертацій тощо: *Це спонукало мене опублікувати, з рядом скорочень та змін, рецензію, з якою я виступав як офіційний опонент на захисті роботи Крупеньової* (Ю. Карпенко); *А ось як пояснити назви бойки, лемки, гуцули? Я маю пояснення кожної з цих назв, що повторюють вже висловлені раніше інтерпретації, але з рядом істотних уточнень. Оскільки всі ці пояснення опубліковані, не стану їх переказувати, відсилаючи зацікавлених до відповідних статей* (А. Р. – відсилає до трьох своїх статей). *М. С. Худаш теж має пояснення цих назв (усі їх він виводить з антропонімів), що ніяк не пересікаються з моїми* (А. Р. – відсилає до статей дослідника). *Мої пояснення вчений уважає абсолютно неприйнятними, як і я – його пояснення* (Ю. Карпенко). Останній уривок, крім об'єктивної інформації щодо витлумачення певних назв, демонструє чітку принципову позицію професора Ю. О. Карпенка, який зіставляє її з чужою.

Адресант може репрезентувати себе за допомогою присвійних займенникових прикметників, напр.: У попередньому, сьомому випуску «Записок з ономастики» опубліковано **мою** статтю «Гумористичний принцип у літературній ономастиці» (2003), а її децю розширений варіант – у книжці «Докса. Збірник наукових праць з філософії та філології», де у п'ятому випуску, що об'єднаний проблемою «Логос і праксис сміху», вона з'явилась під назвою «Іменування людини як об'єкт і засіб гумору» (2004) (Ю. Карпенко); ... спробуємо конкретизувати **свої** щойно сформульовані узагальнення (Ю. Карпенко). Останній приклад також є свідченням народження думки під час комунікації з адресатом у реальному часі.

До цієї тактики, як видно з наведених прикладів, нерідко вдається Ю. О. Карпенко. Він апелює до власного наукового досвіду або досвіду наставника, що яскраво ілюструє такий приклад: А кандидатські дисертації, знаю за **власним** досвідом (**керував** 63 успішно захищеними кандидатськими дисертаціями, виступив офіційним **опонентом** на захисті 45 кандидатських дисертацій), не так уже й рідко містять вагоме, нове, істотне для подальшого розвитку науки (Ю. Карпенко). У вставленій конструкції містяться кількісні дані стосовно участі автора в долі молодих науковців на момент написання статті.

Указана об'єктивна інформація формує образ дослідника, який плідно працює в різних сферах наукової діяльності, створює думку про нього як про компетентну людину.

Адресанти часто послуговуються займенниковим словом 1 ос. одн. в різних відмінках із метою акцентування на особистій думці. У таких висловленнях я виконує свою первинну функцію, указуючи на особу мовця. У цих та інших випадках вербалізовано сему активної особи, відповідальної за написане, що є свідченням прямого вираження мовної особистості. Напр.: З літературознавства **мною** було виявлено одну працю Лариси Міщихи «Синергетична парадигма творчості»... (О. Бондар); Лише на двох звірених сторінках (22, 42) описаного вище словника Д. Г. Бучка, що його укладено за довідником 1946 р., **я** знайшов 10 ойконімів Волинської області, яких немає в словнику В. П. Шульгача ... (Ю. Карпенко); Перша група прийомів – фонетична видозміна – торкається **у мене** трансформації прізвищ ... (Ю. Карпенко) **У мене** враження, що нині існує стільки розумінь, що таке нація, скільки є вчених, що займаються цим питанням (Ю. Карпенко).

Активність займенникового слова я найбільшою мірою виявляється у працях Ю. О. Карпенка. Одночасне вживання особового займенникового іменника 1 ос. й дієслова у формі 1 ос. одн. акцентує увагу на інформації про мовця, вирізняє його в комунікативному плані [2, с. 192]. Те саме можна сказати й про займенниковий іменник *ми*. Використання дієслова без координації із займенниковим іменником сприяє формуванню об'єктивного викладу інформації, стилістично нейтрального контексту, що доволі часто спостерігаємо в лінгвістичному дискурсі, напр.: **Зазначимо**, що 4 і 5 норми не є власне ареальними, а відбивають особливості історії формування ареалу та генезису окремих картографованих одиниць безвідносно до їх чисто ареальних характеристик (П. Гриценко).

Займенниковий іменник *ми* науковці найчастіше вживають у значенні «я», що має таку семантичну структуру: ми = «я-автор», напр.: *Як народнописенний образ сприймаємо цю назву й ми, відчуючи тонкий перехід від наявного в пісенній мові і створеного митцем слова* (С. Єрмоленко); *Однак генетично пропонуване нами розуміння назви є зовсім іншим* (Ю. Карпенко); *У зв'язку з вищевикладеним розумінням онтологічного стану ми розділяємо помірно широкий погляд на ФСК становості ...* (О. Бондар). «Авторське ми» – формула скромності, відома науковій мові ХІХ ст., – функціонує в економічних працях І. Я. Франка [1], науково-гуманітарних текстах М. О. Максимовича, М. І. Костомарова, О. О. Потебні, П. Г. Житецького, М. П. Драгоманова [7]. У сучасних лінгвістичних текстах воно теж панує скрізь.

У лінгвістичному дискурсі спостерігаються випадки автономізації, коли учений називає себе *автор*, *рецензент*. Напр.: ... зауваження **рецензента** слід розглядати певною мірою як заклик до дискусії (Ю. Карпенко); ... аббревіатурних позначень сучасних партій **рецензент** не знайшов ... (Ю. Карпенко); *А оскільки я не панегірик, а рецензент, перейду до зауважень* (Ю. Карпенко); **Автор** свідомий того, що діалектологічне дослідження у своїх висновках завжди залежне від повноти й точності зафіксованого матеріалу говірок, як і того, що лексика і семантика українських народних говорів зібрана ще не достатньо (П. Гриценко); *Десять років тому автор цих рядків спробував обґрунтувати думку, що існує три принципи (типи) художнього застосування власних назв – ліричний, епічний та гумористичний ...* (Ю. Карпенко). До автономізації вдаються Ю. О. Карпенко (у статтях, підручниках, вступному слові) та П. Ю. Гриценко (у вступному слові).

Заміна особових займенникових слів подібними апелятивами засвідчує репрезентацію науковця як члена наукового колективу. Такі автономізації формують ефект відсторонення, погляд на себе ніби збоку, є елементом уналежнення до наукової сфери діяльності, підкреслюють об'єктивність думок дослідника щодо висловленого в рецензії чи статті.

Умисний повтор у поєднанні з указівкою на ступінь зацікавлення ученого використано в такому висловленні: *У житті я багато чим займався, але найбільше – мовознавством. А в мовознавстві найбільше – ономастикою. У межах останньої чи не найбільше – літературною ономастикою* (Ю. Карпенко).

Подавши відомості, Ю. О. Карпенко коректно повідомляє про себе як про науковця, використовуючи фразу *можна сказати*, хоч викладені потім факти чітко вказують на значні його здобутки в цій галузі: *На запрошення керівництва Одеського університету я переїхав з родиною до Одеси, щоб завідувати кафедрою загального та слов'янського мовознавства, в 1968 р., можна сказати, вже сформованим ономастом, бо написав і захистив докторську дисертацію «Топонімія Буковини» та опублікував 41 статтю і чотири невеличкі книжки, на які активно й доброзичливо відгукнулося чимало рецензентів, у тім числі визначний чеський ономаст В. Шмілауер* (Ю. О. Карпенко). Певне применшення власних заслуг, нейтральна подача інформації засвідчує високу вимогливість ученого до себе, відповідальність за зроблене, відсутність марнославства.

Розповідаючи про себе, Ю. О. Карпенко тісно пов'язує власну працю з досягненнями інших дослідників, зі здобутками Одеської ономастичної школи й пишається ними, напр.: *Зрозуміло, що я намагався зацікавити ономастикою членів своєї кафедри та всіх філологів узагалі. <...> А вже через рік після мого приїзду в Одесу в жовтні 1969 р. відбулася IV Республіканська ономастична конференція ... Від Одеси (власне, від ОНУ) до IV ономастичної конференції опубліковано в збірці тез 23 матеріали, а від Києва – 10 (і від Чернівців – теж 10)* (Ю. О. Карпенко). Будучи наставником багатьох дослідників, кожного з яких він завжди підтримував, учений високо оцінює їхній внесок у розвиток української ономастики зокрема та мовознавства в цілому, що простежується в різних публікаціях автора, наприклад, у розмові про Одеську ономастичну школу. У цьому вбачаємо факт самопрезентації та презентації інших лінгвістів одночасно.

На об'єктивне інформування науковця вказують дані щодо кількості захищених дисертацій під його керівництвом або консультуванням, видрукуваних матеріалів представниками школи. Такі дані засвідчують зростання ономастичних розвідок, їхнє зміцнення в Одесі. Уважаючи за необхідне висвітлювати подібну інформацію, науковець слушно зауважує, що статистика нічого не говорить про якість: *Про якість можна судити за тими трьома книжечками, що їх підготувала загітована мною частина кафедри з моєю активною участю* (Ю. Карпенко).

Аналізовану тактику вербалізовано за допомогою особових займенникових іменників *я* та *ми*, займенникових прикметників *мій*, *свій*, автонайменувань, вставних і вставлених конструкцій, умисних повторів.

Завдяки *тактиці суб'єктивного інформування* адресант оцінює свої знання, власний інтелектуальний рівень, вказує на нестачу необхідних для науковця відомостей тощо. Зазначена тактика реалізується за допомогою конструкцій із заперечною часткою *не*. Напр.: *Я дуже шкодую, що не знав цих слів, коли писав свою розвідку «Имя Прекрасной Дамы»* (Ю. Карпенко); *Мало що відомо, скажімо, про лінгвістичні публікації української діаспори. Тривалий час беручи участь у підготовці української ономастичної бібліографії для журналу «Опота», рецензент досі не впевнений, чи вірно встановив бібліографічні дані (і навіть кількість!) усіх книжок, виданих Я. О. Пурою в Рівному та Львові* (Ю. Карпенко).

Зазначимо, що інформація подається таким чином, щоб позитивно про себе (участь у підготовці бібліографії) репрезентувати якомога нейтральніше, швидше вказуючи на невдоволення собою.

Якщо суб'єктивною інформацією щодо себе Ю. О. Карпенко іноді ділиться з читачами, то відомостей стосовно його родини, родини науковців-ономастів, украй мало. В. М. Калінкін, започаткувавши рубрику «Школи, напрями, досягнення» в журналі «Λογος όνομαστική», очікував, що, розмовляючи про Одеську ономастичну школу, учений згадає і їхній внесок у розроблення ономастики. На запитання укладача одеського «колажу» стосовно відсутності згадок про М. В. Карпенко засновник школи сказав, що з певних причин він не може писати про дружину й доньку. Згодом у надісланому до редакції листі все ж визнав, що без них не було б цілісної картини

розвитку описуваної школи. Розмірковуючи про наукові здобутки своїх докторантів, які працювали як на ниві ономастики, так і в інших актуальних галузях лінгвістики, учений подає коротку інформацію про доньку: *Проте у нас в ОНУ є ще один доктор наук з ономастики – завідувач кафедри граматики англійської мови О. Ю. Карпенко (консультант – проф. І. М. Колегаєва) (Ю. О. Карпенко).*

Трапляються випадки поєднання об'єктивної та суб'єктивної інформації. Наведемо приклад із фрагмента приватного листа Ю. О. Карпенка до В. М. Калінкіна: *Кандидатську дисертацію я писав про історію українських числівників. І за півроку до завершення аспірантського терміну, захистивши **свою** роботу, числівниками так наситився, що й думати про них не хотів. А в науці щось робити хотілося: почалися болісні пошуки теми, яка **мене** б привабила. <...> Справу вирішило кілька розмов з географом В. В. Оникієнком, що працював у тому ж Чернівецькому університеті на географічному факультеті. Він заігував **мене** займатися топонімією, і **я** досі цим займаюся й дуже вдячний цьому мудрому порадникові (Ю. Карпенко).* Особистісна інформація доповнює відомості про наукові інтереси дослідника, розширює її, указуючи на точку відліку подальшої роботи.

Названі тактики вербалізують авторську об'єктивну або суб'єктивну оцінку, остання з яких має різновиди: позитивна, нейтральна, негативна. Подання додаткової інформації про себе як про науковця сприяє створенню необхідної атмосфери спілкування адресанта та адресата, увиразнює взаємодію між ними.

Застосовуючи тактику соціальної взаємодії, адресант повідомляє про себе як про соціальну особистість, яка вільно контактує з людьми, котрі реалізувалися як в науковій, так і в ненауковій галузі, особистість, яка обізнана в інших сферах (мистецтво, література). Напр.: *Професор Михайло Рудницький, автор відомої книги «Від Мирного до Хвильового», з яким я **мав честь бути особисто знайомим**, був, зрозуміло, зовсім не дурним, а дуже розумним і знаючим. Та дотепний жарт Куріпти, видобутий простою перестановкою двох літер (А. Р. – Дурницький), жартом і залишився. Без таких жартів літературне життя було б нуднішим (Ю. Карпенко); Ми випускаємо також періодичне видання «Записки з ономастики». У цих «Записках» я – відповідальний редактор... Колись цей збірник видавати було легко: відомий мільярдер і меценат **Сорос** через фонд «Відродження» виділив **нам** грант у 10 тисяч доларів, які геть усі пішли тільки на видання наукової продукції: окрім названого збірника, факультет видавав за цей грант ще три періодичні збірники з мовознавства. Ці збірники всі й досі виходять, але гроші Сороса вже закінчилися (Ю. Карпенко).*

Консолідація як тактика комунікативної стратегії самопрезентації виражає вказівку на належність ученого до однієї групи стосовно сфери діяльності або етнічних характеристик. Аналізована тактика характеризується активним залученням займенникового слова 1 ос. мн. – *ми*. У лінгвістичному дискурсі ця тактика запрограмована на об'єднання з науковим співтовариством, напр.: *... **ми** не маємо права говорити, що в той далекий час передісторії існувала українська чи якась інша з мов, що потім розвинулися (О. Бондар); Коли йдеться про питання загального мовознавства, зокрема в царині зв'язку мови і мислення, **ми** звертаємось до праць*

В. Гумбольдта, О. Потебні... (С. Єрмоленко); з українським народом, напр.: **Ми** всі є свідками того, як нелегко торує шлях у життя прийнятий в Україні закон про державний статус української мови (С. Єрмоленко); **Ми** й далі живемо в інформаційному просторі ... сусідньої держави (С. Єрмоленко); Тепер **ми** не називаємо І. Франка інакше, як українцем, одним з найславетніших українських письменників і мислителів (Ю. Карпенко); із читачем, напр.: **Ми** вже знаємо, які японські конструкції відповідають першим двом компонентам українського трьохелементного присудка ... (О. Бондар); Як **ми** переконалися, мовній і лінгвоекоекологічній системам притаманні всі головні параметри, що визначають об'єкти синергетики ... (О. Бондар); Словесний образ, справді, побудований на зорових відчуттях. **Ми** бачимо цю картину (С. Єрмоленко). Семантика ототожнення себе з читачем або народом впливає з контексту й не потребує уточнювальних слів.

Широке поняття «науковці» в контексті сприймається конкретніше, напр.: *Адже, справді, залучивши матеріали для діалектного словника різного часового відтинку, ми не створимо синхронну модель лексико-семантичної системи ... говірки ...* (О. Бондар); *Наразі ми ще не маємо цілком вірогідних соціолінгвістичних даних, проведених у відповідному обсязі ...* (О. Бондар). У наведених прикладах ми – це лексикографи, соціолінгвісти.

За необхідності підкреслити, уточнити, із ким у цьому разі об'єднується в поглядах, міркуваннях, учений використовує певні лексеми. Зазвичай вони стоять у постпозиції до займенникового слова *ми*. Семантичне поле «ми-науковці» експлікують лексеми *лінгвісти*, *ономасти*, напр.: *І ця властивість, про яку добре знаємо ми, лінгвісти, виявляється універсальним законом Всесвіту ...* (О. Бондар); *А в цій дисертації – багатючий діалектний і топонімічний матеріал, який, здається виходив на світ лише двічі – коли ми, група одеських ономастів, уклали регіональні описи топонімії Одещини і коли П. Ю. Гриценко описував діалекти Одещини* (Ю. Карпенко). Сприймаючи себе як частину наукової спільноти, члена колективу, автор також може ідентифікуватися за допомогою апелятива (*редколегія*, *упорядники збірника*), напр.: *Упорядники збірника діалектних текстів чорнобильських говірок мали на меті передусім відтворити мовленнєві образи кількох базових говірок, які зараз функціонують як переселенські островні у новому діалектному оточенні ...* (П. Гриценко); *Редколегія сповнена ентузіазму й переконана, що він (перший номер часопису – А. Р.) не стане останнім* (Ю. Карпенко). Назване поле звужується, охоплюючи лиш невелику частину вчених разом з адресантом. Семантичне поле «ми-науковці» містить такі конституенти в напрямку від узагальненого до конкретного: науковці – лінгвісти – представники певної галузі мовознавства – окрема група, задіяна у якійсь роботі.

Засобом реалізації тактики консолідації в лінгвістичному дискурсі виступає також перерахування дослідників – представників школи, напр.: *І я, і Микола Зубов, і Людмила Фоміна прийшли до літературної ономастики від історико-етимологічної, як це зробив і Євген Степанович Отін ...* (Ю. Карпенко).

Мета тактики консолідації – акцентувати, що адресант є громадянином, його непокоїть доля народу, мови, культури, йому не чужі загальнолюдські цінності. Це те, що формує довіру й позитивно оцінюється адресатом, бо можна бути дослідником, але не відчувати зв'язку з народом, не відчувати його болю, не думати про його майбутнє. До цієї тактики як до гри в протинародність досить часто вдаються політики, реалізуючи маніпулятивну стратегію (Л. В. Завальська, Д. М. Калішук). У лінгвістичному дискурсі вербалізація узагальненого адресанта, співвідносного з іншими дослідниками, призводить до «злиття» його з читачем або народом. У наукових працях І. Франка зафіксовано, що займенникове слово *ми* також має семантику «я та учасники, очевидці подій», «я та народ» [1, с. 46].

Змінний компонент у структурі займенникового слова *ми* забезпечує реалізацію семантичних варіантів як індивідуально-авторських, екстралінгвістичних, так і контекстуально зумовлених, лінгвістичних [7, с. 119]. І. А. Синиця зазначає, що в науково-гуманітарних текстах II половини XIX ст. переважали займенникові форми 1 ос. мн., що вказують на колишнє панування колективної самоідентифікації, проте всі (М. О. Максимович, М. І. Костомаров, О. О. Потебня, П. Г. Житецький), крім М. П. Драгоманова, прагнуть також індивідуалізувати власну думку за допомогою 1 ос. одн. [7, с. 124].

На спільність інтересів або солідарність із думками інших дослідників може вказувати займенникове слово *наш*, напр.: *У радянський період першою солідною публікацією з **нашої** теми стала стаття Максима Володимировича Сергієвського «Топонимия Бессарабии и ее свидетельство о процессе заселения территории» (Ю. Карпенко); Проблематику **нашої** школи уперше, мабуть, я намагався стисло сформулювати в передмові до збірника наукових праць «Актуальные вопросы русской ономастики», який нам вдалося видати через навчально-методичний кабінет вищої освіти при Мінвузі УРСР у 1988 р. (Ю. Карпенко).*

Тактику консолідації в основному вербалізовано за допомогою особового займенникового іменника *ми*, що функціонує як самостійно, так і в супроводі спеціальних лексем на позначення науковців, займенникового прикметника *наш* та за допомогою перераховування дослідників, які опікуються певною проблемою.

У межах комунікативної стратегії самопрезентації виокремлюємо тактику *планування*, яку витлумачуємо як спосіб накреслення майбутнього мовознавчої науки, її перспектив, бачення вченого стосовно розвитку окремої галузі, аспектів вивчення предмета дослідження. Кожен великий учений завжди започатковує нові напрями та ракурси, шляхи вирішення наукової проблеми. Ю. О. Карпенко пов'язує перспективи ономастики з вивченням не її системи, а фреймів, напр.: ***Треба** говорити, отже, не про системи, а про фрейми – приблизно так, як їх розумів американський мовознавець Чарлз Філмор. <...> Розуміння власних назв як концептів, що формують онімічні фрейми і знаходяться у ментальних лексиконах носіїв мови, найдокладніше висвітлено в роботах Олени Карпенко (Ю. Карпенко).*

Конкретні пропозиції стосовно перспектив знаходимо в розвідці, присвяченій футурологічній ономастиці: *Дуже **хотілося б**, щоб знайшлися ентузіасти, які б*

продовжили цей експеримент. Хай з будь-якою критикою, видозмінами, уточненнями, але експеримент, скерований у майбутнє, а не в минуле. Якщо ми одержимо хоч десяток подібних (кращих!) досліджень з різних кутків України, тільки тоді зможемо висновувати: 1) годиться запропонована методика чи її слід відкинути; 2) у яких кількісних обсягах, з якою густиною і потужністю треба проводити прогностичні дослідження, щоб вони реально могли що-небудь прогнозувати (Ю. Карпенко). Нелегкий шлях до появи чогось нового простежується в наведеному уривкові завдяки використанню слів *критика, видозміни, уточнення*. Отже, Ю. О. Карпенко започаткував, як колись багато інших напрямів, дослідження з футурологічної ономастики, провівши кілька експериментів на матеріалі особових чоловічих і жіночих імен.

Узагальнюючи написане раніше, учений зазначає: *Я в кількох свої статтях пропонував як загальноукраїнські теми: а) футурологічне обстеження динаміки особових імен не за фіксацією наймень новонароджених дітей, а за уподобаннями українців репродуктивного віку; б) діалектологічне вивчення і картографування фонетичних і словотвірних варіантів антропонімів (Хома – Фома, Назар – Назарій)* (Ю. Карпенко). Він убачає перспективи у створенні онімічних словників на українському матеріалі загалом: *Зворотний топонімічний словник, укладений Д. Г. Бучком для ойконімів за довідником 1946 р., має бути побудований спільними зусиллями на базі народних записів для кожного з розрядів власних назв, зокрема й для прізвищ. Написаний П. П. Чучкою чудовий словник прізвищ Закарпаття має бути створений для кожної області України. При цьому варто не змішувати національності різних громадян України. Треба також налагодити систематичну бібліографічну службу з ономастики* (Ю. Карпенко).

Нові горизонти для ономастики, як і для будь-якої іншої науки, аж ніяк не перекреслюють здобуте, тому закономірно з цього приводу висновується таке: *Мабуть, настав час звернути увагу ономастів на ці завдання та на осмислення і формулювання нових завдань. Перехід до таких спільних тем не ліквідує* витворені вже ономастичні школи, *а піднесе їх на вищий рівень наукового розвитку* (Ю. Карпенко). Наведене заохочує науковців до подальшої праці, сприймається як напутнє слово Учителя. Дещо з омріяного ученим стало дійсністю, зокрема створення словників прізвищ, захист кандидатської дисертації здобувачки про онімні уподобання молоді Одещини.

О. І. Бондар активно цікавився молодого галуззю лінгвістики, становлення якої ще триває – лінгвоекологією. Уважаючи, що формування лінгвістичної екології викликане нагальними потребами суспільства, учений зауважує й одночасно делікатно пропонує: *На підставі розгляду системи (у даному випадку лінгвосоціуму) та виявлення деградаційних ознак можна провести заходи щодо реабілітації деградованих елементів і стабілізації системи в цілому* (О. Бондар). Він переконаний, що підґрунтям лінгвістичної екології є синергетичний підхід. Називаючи студії в межах різних наук (філософії, інформатики, геології, хімії, соціології, історії, педагогіці, історії літератури), закликає мовознавців долучитися до вказаного аспекту досліджень. Напр.: *Вважаю, що лінгвісти (та й літератори, тобто філологи взагалі) теж повинні*

залучитися до цього всезагального процесу (О. Бондар); ... синергетична парадигма **може стати** підґрунтям для лінгвістики і лінгвістичної екології, допоможе по-новому поглянути на ці феномени і розв'язати чимало нерозв'язаних досі проблем. <...> Спочатку **слід** дослідити поведінку дисипативних систем, а **в перспективі** вельми цікавою видається проблема взаємодії між дисипативними і недисипативними системами, інакше кажучи, між частиною і цілим, нижчими і вищими рівнями мовної ієрархії (О. Бондар).

Ключовими лексемами й сполуками в конструкціях із семантикою планування є *пропонувати, варто, треба, слід, має бути, може стати, можна провести, в перспективі*.

Спостерігаємо два різновиди накреслення перспектив для досліджень: 1) прямий заклик (*має бути, треба, слід, повинні*); 2) непрямий заклик (*хотілося б, може стати, можна, перспектива, пропонувати*).

Тактика трансференції застосовується як ненав'язливе поширення авторитету й престижу того, що цінує та поважає адресант [4, с. 105]. Напр.: *Ми звикли до того, що розвиток людини та її мислення, всесвіту, органічної й неорганічної природи врештлює, прямо чи опосередковано зводиться до прогресу. Але це далеко не так. Особливо яскраво це видно в мистецтві. Не можна сказати, що скульптури Зураба Церетелі ліпші за праці Мікеланджело Буонаротті, а твори Юрія Андруховича сильніші за твори Михайла Коцюбинського. З очевидністю справа обстоїть навпаки. Пізніший творець, як правило, не є кращим творцем. І це стосується не тільки мистецтва* (Ю. Карпенко). Трансференцію витлумачуємо як позитивне перенесення, позитивний вплив на адресата.

Висновки та перспективи дослідження. У межах комунікативної стратегії самопрезентації на прикладі лінгвістичного дискурсу визначено тактики об'єктивного інформування, суб'єктивного інформування, соціальної взаємодії, консолідації, планування, трансференції. Кожна з тактик віддзеркалює своєрідність передачі (і відповідно сприйняття) інформації вченим, бачення наукового майбутнього, комунікування з іншими людьми. Переважання тієї чи тієї комунікативної тактики залежить від обраного способу самопрезентації, а також від предмета й теми розмови. Якщо вона стосується глобальних питань, що є надважливими для кожного громадянина, дослідника, то мовознавці найчастіше вдаються до активізації займенникового слова *ми-народ, ми-науковці*. Ми-спілкування також обирають у науковому дискурсі як традиційний спосіб викладу. Я-спілкування передбачає високий ступінь особистої відповідальності вченого за власні думки, спостереження, висновки тощо.

Опозиція *я – ми* дозволяє визначити образ автора як особи, персонально відповідальної за досліджене, або як представника наукової спільноти чи нації. В одній розвідці вчений може використовувати обидві форми репрезентації себе, але кожна з них відображає чи то особисте поле відповідальності, де фіксується роль адресанта, його науковий доробок, чи то колективну сферу відповідальності. Ступінь вияву індивідуального / спільного залежний від внутрішньої потреби адресанта репрезентувати себе.

Стратегія самопрезентації відображає авторське «я» через індивідуальні погляди, світогляд народу в цілому та науковців зокрема. Значною мірою вона зорієнтована на формування суб'єктивного компонента висловлювання й подання себе як частини наукового світу або народу. З огляду на це можна виокремити кілька типів самопрезентації: а) автор: я-автор, ми-автор; б) науковці: ми-науковці; в) комуніканти: ми – я і читач; г) українці: ми-українці. Отже, у науковому лінгвістичному дискурсі функціонують такі семантичні варіанти узагальненого адресанта, що ідентифікують різні аспекти самопрезентації мовної особистості: ми-індивідуальне, ми-корпоративне, ми-етнічне. Зазвичай у чистому вигляді вони не функціонують. У науковому дискурсі, на відміну від політичного дискурсу, самопрезентація не є виявом самопросування, самореклами.

Перспективу вбачаємо у виявленні та аналізі інших комунікативних стратегій у лінгвістичному дискурсі.

Література

1. *Висоцька З. І.* Займенники як засіб експлікації авторської індивідуальності (на матеріалі економічних праць Івана Франка) / З. І. Висоцька // *Лінгвістичні дослідження*. – Харків : ХНПУ, 2012. – Вип. 34. – С. 43–47.
2. *Вихованець І.* Теоретична морфологія української мови / І. Вихованець, К. Городенська / за ред. І. Вихованця. – К. : Пульсари, 2004. – 400 с.
3. *Дорошкевич А. С.* Стратегії самопрезентації особистості у повсякденності / А. С. Дорошкевич // *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. – 2013. – № 5. – С. 245–254.
4. *Каліщук Д. М.* Концептуальні стилі англomовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обама) : дис. ... канд. філол. наук : спец. : 10.02.04 / Діана Миколаївна Каліщук. – Луцьк, 2017. – 245 с.
5. *Майерс Д. Дж.* Социальная психология / Д. Дж. Майерс; перевод З. Замчук. – СПб : Питер, 2013. – 800 с.
6. *Пикулева О. А.* Психологическая многозначность понятия «самопрезентация личности» и современные научные подходы к пониманию его содержания / О. А. Пикулева // *Социальная психология и общество*. – 2013. – № 2. – С. 21–37.
7. *Синица И. А.* Языковая личность автора в научно-гуманитарном тексте XIX века (коммуникативный, культурологический, образно-стилистический аспекты) : дисс. ... докт. філол. наук : 10.02.02 / Синица Ирина Анатольевна. – К., 2007. – 518 с.
8. *Goffman E.* Presentation of Self in Everyday Life Text / Erving Goffman. – N. Y. : Doubleday Anchor, 1959. – 259 p.
9. *Lewis M. A.* Self-determination and the use of self-presentation strategies / M. A. Lewis, C. Neighbors // *Journal of Social Psychology*/ – 2005. – Vol. 145. – Pp. 469–489.
10. *Shlenker B.* Self-presentation / B. Shlenker // *HANDBOOK of Self and Identity* / Ed. By M. Leary et al. – 2003.

11. Shutz A. Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self- presentation: A taxonomy / A. Shutz // Journal of Social Psychology / – 1998. – Vol. 132. – № 6. – Pp. 611–628.

References

1. Vysotska, Z. I. (2012), *Pronouns as means of author's individuality (based on Ivan Franko's economic text)* [Zaimennyky yak zasib eksplikatsii avtorskoi indyvidualnosti (na materiali ekonomichnykh prats Ivana Franka)], *Linhvistychni doslidzhennia*, KhNPU, Kharkiv, Vyp. 34, pp. 43–47.

2. Vykhovanets, I., Horodenska, K., (2004), *Theoretical morphology of Ukrainian language* [Teoretychna morfolohiia ukrainskoi movy], Pulsary, Kyiv, 400 p.

3. Doroshkevych, A. S. (2013), *Strategies of self-presentation in everyday life* [Stratehii samoprezentatsii osobystosti u povsiakdennosti], Visnyk Natsionalnoho universytetu «Iurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho», Seriia: Filosofiia, filosofiia prava, politolohiia, sotsiolohiia, Kyiv, No. 5 (19), pp. 245–254.

4. Kalishchuk, D. M. (2017), *The conceptual styles of English-speaking politicians (based on the political discourse of the presidents G. Bush the Junior and B. Obama) : Author's thesis* [Kontseptualni styli anhlomovnykh politykiv (na materiali politychnoho dyskursu prezydentiv Dzh. Busha mol., B. Obamy) : dys. ... kand. filol. nauk], Lutsk, 245 p.

5. Mayers, D. Dzh. (2013), *Social psychology* [Sotsialnaya psikhologiya], Piter, SPb, 800 p.

6. Pikuleva, O. A. (2013), *The concept of self-presentation: multiple meanings and modern approaches* [Psikhologicheskaya mnogoznachnost ponyatiya «samoprezentatsiya lichnosti» i sovremennye nauchnye podkhody k ponimaniyu ego soderzhaniya], *Sotsialnaya psikhologiya i obshchestvo*, Moskovskiy gosudarstvennyy psikhologo-pedagogicheskyy universitet, Moskva, № 2, pp. 21–34.

7. Sinitsa, I. A. (2007), *The linguistic personality of author as manifested in liberal arts of the 19th century (communicative, culturological and figurative-stylistic aspects) : Author's thesis* [Yazykovaya lichnost avtora v nauchno-gumanitarnom tekste KhIKh veka (kommunikativnyy, kulturologicheskyy, obrazno-stilisticheskyy aspekty) : diss. ... dokt. filol. nauk], Kiev, 518 p.

8. Goffman E. Presentation of Self in Everyday Life Text / Erving Goffman. – N. Y. : Doubleday Anchor, 1959. – 259 p.

9. Lewis M. A. Self-determination and the use of self-presentation strategies / M. A. Lewis, C. Neighbors // Journal of Social Psychology/ – 2005. – Vol. 145. – Pp. 469–489.

10. B. Self-presentation / B. Shlenker // HANDBOOK of Self and Identity / Ed. By M. Leary et al. – 2003.

11. Shutz A. Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self- presentation: A taxonomy / A. Shutz // Journal of Social Psychology/ – 1998. – Vol. 132. – № 6. – Pp. 611–628.

А. П. Романченко,

*Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
кафедра украинского языка*

СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ И ЕЕ ТАКТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)

Статья посвящена изучению коммуникативной стратегии самопрезентации как одной из фундаментальных социальных потребностей личности иметь собственное лицо. Установлены ее тактики (объективного информирования, субъективного информирования, социального взаимодействия, консолидации, планирования, трансференции) и типичные средства выражения. Акцентируется, что стратегия самопрезентации отображает авторское «я» через индивидуальные взгляды, мировоззрение народа в целом и ученых в частности.

Ключевые слова: стратегия, тактика, самопрезентация, лингвистический дискурс, ученый, языковая личность.

A. P. Romanchenko,

*Odesa National I. I. Mechnikov University,
Department of the Ukrainian language*

THE STRATEGY OF SELF-PRESENTATION AND ITS TACTICS (BASED ON THE MATERIAL OF LINGUISTIC DISCOURSE)

Self-presentation is a fundamental social need of a personality to have its own face. There are significant developments regarding its specificity in different genres of political, autobiographical, musical, existential and Internet discourses. Scientific discourse is represented on the material of German language.

The communicative strategy of self-presentation in linguistic discourse is realized using several tactics: objective informing, subjective informing, consolidation, and transference. The analyzed strategy is characterized by reflection of the author's self, people's picture of the world and scientists' views.

A vivid way of self-presentation of these tactics is the use of pronouns *I*, *my* and *we*. The pronoun **we** can be realized in several variants. Lexemes *linguists*, *onomasts*, *editorial board* and *editors of collection of scientific works* express tactics of consolidation.

With the help of self-presentation strategy, a scientist expresses his opinion about himself. He gives objective and subjective information.

Key words: strategy, tactics, self-presentation, linguistic discourse, scientist, language personality.