

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2023, Том 14, № 3 / 2023, Vol. 14, Iss. 3 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2023.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/43FLSK323.pdf>

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Садовская, Е. Ю. Речевые формулы самопредъявления поколенческой идентичности / Е. Ю. Садовская // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2023. — Т. 14. — № 3. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/43FLSK323.pdf>

For citation:

Sadovskaya Je.Yu. Speech formulas of self-presentation of generational identity. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2023; 14(3): 43FLSK323. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/43FLSK323.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 811.161.1'38

Садовская Екатерина Юрьевна

УО «Минский государственный лингвистический университет», Минск, Беларусь

Докторант

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: sadovskaya@sbmt.by

Речевые формулы самопредъявления поколенческой идентичности

Аннотация. Понятие идентичности привлекает внимание разных наук, таких как социология, психология, философия. Особое внимание уделяется проблематике оязыковления идентичности в лингвистике. Вместе с тем такие идентичности, как национальная, этническая, гендерная, изучены уже достаточно хорошо, а поколенческая идентичность пока не получила должного внимания. Данная статья посвящена рассмотрению вопроса языкового предъявления поколенческой идентичности адресантом. Целью статьи является выявление и систематизация речевых формул, которые используются коммуникантами в процессе общения при предъявлении ими их поколенческой идентичности, на основе анализа примеров, оперирующих в поле русскоязычной лингвокультуры и представленных в Национальном корпусе русского языка и сети интернет. Модели, вербализующие поколенческую принадлежность, могут быть разделены на простые (однокомпонентные) и сложные (многокомпонентные). Простые модели вербализуют только поколенческую идентичность. Сложные модели содержат и манифестируют одновременно несколько идентичностей, наиболее востребованных говорящим в момент общения и сочетающим поколенческую идентичность с гендерной или профессиональной. Самопредъявление поколенческой принадлежности может осуществляться как в виде полного отождествления коммуникантом себя с поколенческой когортой, так и путем включения/соотнесения себя говорящим с определенным поколением. Речевые формулы состоят преимущественно из личных и притяжательных местоимений, лексемы «поколение» и соционимов. При предъявлении поколенческой принадлежности формулы позволяют адресанту продемонстрировать либо приоритетность собственной личности в составе поколенческой когорты, либо сделать акцент непосредственно на поколении, с которым адресант себя идентифицирует. Выбор формулы демонстрирует выбор адресантом степень единства с поколением.

Ключевые слова: речевая формула; идентичность; поколение; дискурс; самопредъявление; коммуникант; соционим

Введение

На современном этапе фундаментальных парадигмальных изменений в социуме проблематика идентичности привлекает повышенное внимание социологов, психологов, философов. Она также активно изучается лингвистами, так как именно язык «обеспечивает лучший доступ ко многим непосредственно не наблюдаемым процессам мыслительного, познавательного характера, процессам концептуализации и категоризации мира» [1, с. 63]. В настоящее время «возросла активность изучения вербального поведения лингвокультурных типажей, отражения в речи личной и коллективной идентичности, самоидентификации и самопрезентации говорящего субъекта, конструирования и реконструирования идентичности в разных типах дискурсов» [2]. Для взаимодействия в многополярном пространстве коммуникантам необходимо понимание того, кем являются собеседники, что подразумевает понимание идентичности говорящего. На первый план вышли этническая, национальная, гендерная. Все более востребованной становится поколенческая идентичность, однако она остается мало изученной. Сапорова полагает, что «хотя установлено, что межпоколенные отношения нужно рассматривать и как аспект социальной идентичности, они по-прежнему остаются не такими изученными, как идентичность классовая, расовая, религиозная, сексуально-гендерная и т. п.» [3, с. 128]. Целью данной статьи является выявление специфики языковой презентации поколенческой идентичности адресантом.

Методология базируется на изучении речевых фрагментов, вербализующих поколенческую принадлежность адресанта, с помощью описательного, компонентного и сопоставительного методов. В качестве базы для исследования были выбраны Национальный корпус русского языка, а также примеры из сети Интернет. Критерием отбора фрагментов для анализа выступало использование лексемы «поколение» адресантом.

Основная часть

Идентичность представляет собой комплексную категорию, отражающую качественное отношение индивида к различным группам и социуму в целом [4]. Проявление и предъявление идентичности адресанта используются в качестве «маяка в ее распознавании адресатом» [2]. При конструировании, предъявлении и восприятии идентичности ключевым является «параметр говорящего» [5], который выстраивает текст, опираясь на систему культурных образцов, обобщённого «Другого», какие-то обобщённые характеристики мира» [5]. По мнению Писаренко Н.В., «достижение» идентичности происходит в ходе идентификации индивида с «кем-то» или «чем-то» [5]. Адресант «формулирует» идентичность, выбирая, что и как выразить в формулировке идентификации [6], которая не существует сами по себе, а создается человеком» [6]. Это обуславливает важность понимания используемых речевых формул, т. е. параметра автора для описания проблемы идентичности» [6].

На формулирование идентичности влияют социокультурные процессы, которые наряду с годами рождения поколений и сопровождающими историческими и социальными факторами детерминируют (в том числе языковую) деятельность поколений: «... в контексте сегодняшних поколений ... процессы определяют язык, который мы используем, и, следовательно, общую культурную базу и последующую возможность понимания» [7, с. 111]. Идентичность является продуктом процессов коммуникации и аутокоммуникации [5] и исследуется «с точки зрения всего многомерного пространства идентификаций, которые происходят, когда общаются люди» [5].

Актуализируемые идентичности позволяют говорящему «вписывать» себя в социум по определенным параметрам. Поколенческая идентичность позволяет «локализовать» говорящего с точки зрения соотношения его с определенным поколением. Адресант репрезентирует себя и свой мир, номинируя себя и свои определенные характеристики в рамках поколенческой идентичности — диспозиционного образования личности, отражающего ее установку на принадлежность к определенной поколенческой группе» [3, с. 129].

Индивиды соотносят себя с теми группами, которые наиболее близки им по ценностям, верованиям и убеждениям («Я-Мы-идентичность»). По мнению К.М. Гайдара, «...у человека возникает ощущение соответствия, в том числе психологического, этим группам» [8]. В случае поколений общность с группой базируется на типичных сходных социально-психологических, идейно-нравственных и этнокультурных характеристиках, духовных ценностях, социальном опыте и образе жизни, сходных событиях, переживаниях, некоем общем контексте [9; 10], которые проживаются ежедневно. Поколение есть группа «повседневных практик», которая включает семью, друзей, людей того же поколения, товарищей по работе, людей той же профессии [11]. Причисляя себя к поколенческой группе, чьи интересы, взгляды, убеждения индивид находит наиболее близкими своим (как правило, также совпадают возрастные характеристики членов данной группы и индивида), индивид позиционирует себя как члена данной ингруппы и декларирует свою поколенческую идентичность, т. е. «Условно, на бытовом уровне, человек относит себя к поколению, которое «...» (помнит автоматы с газировкой, например)» [10]. Поколенческая идентичность является устойчивым конструктом [10], который вербализуется посредством использования определенных языковых формул [10]. Это позволяет рассматривать поколенческую идентичность с двух ракурсов:

1. Используемые модели идентичности.
2. Форматы вербализации идентичности.

Модели предъявляемых идентичностей могут быть разделены на две группы:

- а) простые (однокомпонентные);
- б) сложные (многокомпонентные).

Простая (однокомпонентная) поколенческая идентичность содержит одну идентичность, выделяемую по признаку поколенческой принадлежности и эксплицируется по формуле:

«я — х»,

где я — коммуникант, х — определенное поколение [12, с. 237].

Простые модели реализуются в речи следующим образом, указывая на конкретное поколение:

«Я зумер, но веду себя как бумер» (<https://knife.media/nonexistent-generations/>).

Сложная (многокомпонентная) идентичность может включать несколько идентичностей, выбираемых по определенному признаку (гендерному, профессиональному и т. п.) [12, с. 238], которые сочетаются с поколенческой принадлежностью и вербализуются говорящим одновременно.

Выбор релевантных и приоритетных идентичностей определяется контекстом, целью взаимодействия, установками говорящего и параметрами ситуации [13], например, «я и мое поколение девочек» [12, с. 238]. В данной модели говорящим актуализируются две востребованных в определенный момент идентичности: первая — поколенческая, вторая — гендерная.

Сложные многокомпонентные модели идентичности могут содержать, помимо поколенческой идентичности, профессиональную («*наше поколение литераторов*») или идеологическую идентичность («*мое поколение коммунистов*») [12, с. 238] и др.

Выстраивая и формулируя идентичность, коммуникант использует номинативную стратегию причисления себя к какой-либо группе/категории, к какому-либо классу/уровню» [2] и определенные речевые формулы: «Прибегая к использованию определенного комплекса языковых средств, реализующих некую когнитивную категорию, мы тем самым акцентируем внимание на какой-то одной, существенной с нашей точки зрения, стороне предмета и затемняем все прочие аспекты нашего опыта, неактуальные в свете конкретного речевого замысла» [14]. Предъявляя выбранную идентичность, говорящий «вписывает» себя в определенный дискурс (под дискурсом понимаем тип текста, социально-речевую ситуацию, тип образа мыслей, оценки и структуриации действительности, где существует говорящий [15] и где специфические дискурсивные смыслы смыкаются с социальными и культурными доминантами коммуникативной среды» [15]. В поле дискурса говорящий оперирует набором типичных речевых формул, как в любой коммуникативной ситуации самопредъявления [13]. Под речевой формулой в данном случае понимаем «систему стереотипных семантико-грамматических элементов, характерных для целой группы высказываний, принадлежащих определенному контексту и имеющих похожую интенциональную установку» [13].

Языковое оформление предъявляемой поколенческой идентичности определяется рядом факторов, в частности, тем, какую роль предпочитает играть говорящий в определенный момент времени, например, говорящий может выбирать место стороннего наблюдателя [6], может включать себя (полностью или частично) или подчеркнуто не включать себя в названную идентичность [6].

Языковые модели, используемые при поколенческой самоидентификации, используются в процессе полного отождествления (включения) с группой и в процессе соотнесения (выражения принадлежности к) с группой. Гусакова Т.Г. выделяет следующую формулу самоидентификации: «субстантивное или адъективное предложение, образованное по модели: «местоимение 1 лица ед. или мн. числа I, we + глагол-связка + таксономический (классифицирующий) предикат, выраженный соционимом» [16]. Языковыми маркерами идентичности могут выступать сами соционимы, субстантивные и адъективные предложения [16]. Под соционимом, вслед за Гусаковой Т.Г., понимаем лексему, номинирующую социальную группу, с которой отождествляет себя персонаж [16].

Анализ эмпирического материала (база Национального корпуса русского языка, примеры из художественной литературы, сети интернет, выбранные по наличию маркера, идентифицирующего поколенческую принадлежность) позволил выявить несколько формул поколенческой идентификации, которые могут быть разделены на группы.

Группа 1:

а) я — Пх, где я — говорящий, П — поколение, х — соционим.

Местоимение 1 лица ед. ч. + глагол-связка + соционим.

б) я из Пх, где я — говорящий, П — поколение, х — соционим.

Местоимение 1 лица ед. числа + глагол-связка + существительное «поколение» + предлог «из» + соционим.

Группа 2:

а) я и мое/наше П, где я — говорящий, П — поколение.

Местоимение 1 лица ед. числа + соединительный союз «и» + притяжательное местоимение + существительное «поколение» +/- соционим.

б) я и х моего/нашего П, где я — говорящий, х — соционим, П — поколение.

Местоимение 1 лица ед. числа + соединительный союз «и» + х (определенная группа) + притяжательное местоимение + существительное «поколение».

Группа 3:

а) мое П(х), где П — поколение, х — соционим.

Притяжательное местоимение + существительное «поколение» +/- соционим.

б) наше П(х), где П — поколение, х — соционим.

Притяжательное местоимение + существительное «поколение +/- соционим.

в) мы — Пх.

Местоимение 1 лица мн. числа + глагол-нулевая связка + соционим.

Первая формула из группы 1 актуализирует полное отождествление говорящим себя с поколением:

«Я — поколение #MTV. И это такой кайф!» (Alla.knows — Я — поколение #MTV. И это такой кайф!... | Facebook <https://www.facebook.com/instashoppingblog/posts/643290206019018>).¹

Вторая формула из группы 1 демонстрирует соотнесение говорящим себя с поколением через выражение принадлежности с одновременным выделением себя как одного из представителей поколения:

«Я из поколения 70-х» (Я из поколения 70-х. итоги — 29 ответов на форуме Woman.ru) (<https://www.woman.ru/psycho/socialization/thread/5668146>).

Варианты формул во второй группе эксплицируют соотнесение говорящим себя с поколением через подчеркивание групповой идентичности. Осуществляется акцентуация позиции говорящего как отдельного члена группы при сопряжении с поколенческой когортой:

«И как будто эти гуляки ничего плохого не сделали — просто гуляли в свое удовольствие, однако мне все это показалось противным — не такими росли я и мое поколение, и не такими я хотел видеть новое поколение. Впрочем, может, я и не прав. Известный конфликт поколений» (К. Ибрагимов. Стигал).

Формула «я и мое поколение» носит более широкий характер, чем первые варианты, так как при соотнесении с группой благодаря использованию союза «и» в подобном формате говорящий «расширяет» свою идентичность через «добавление» себя в желаемую группу.

Формула «я и мое поколение» может расширяться за счет добавления соционима или иных показателей (дополнительной востребованной идентичности — гендерной, профессиональной, национальной — происходит расширение поколенческой идентичности в модель сложной идентичности):

«Когда я снималась в фильме, я и мое поколение девочек были полностью на стороне моей героини» (Приказ сверху. АИФ, № 45, 2022, с. 17).

Формула «я и мое поколение (х)» подчеркивает как приоритет говорящего, так и важный для него параметр собственности, так как значение местоимения «мой/мое» — «принадлежащий мне, имеющий отношение ко мне» [17].

¹ Социальная сеть запрещена на территории Российской Федерации.

Союз «и» в подобных формулах позволяет выстраивать отношения общности говорящего и поколения, но порядок следования упоминаемых акторов может варьироваться. Адресант может указывать первым себя, может указывать первым поколение или его представителей, манифестируя приоритетность коммуникантов в ситуации взаимодействия:

«— Ну, знаете! — Лукин возмущенно вскочил и всплеснул руками. — Ну, Ефим, ну это вы уж слишком. Из-за какой-то, понимаете, шапки, из-за какой-то паршивой кошки вон на какие обобщения замахнулись! При чем тут равенство, при чем тут высшие идеалы? Неужели мы должны бросаться нашими идеалами ради какой-то шапки? Я не знаю, Ефим... Вы моложе меня, вы другое поколение. Но люди моего поколения... И я лично... Вы знаете, на мою долю многое выпало. Но я никогда, никогда не усомнился в главном. Понимаете, никогда, ни на минуту не усомнился» (В. Войнович. Фактор Мурзика).

Вариант использования формулы — актуализация группы, выделенной по определенному признаку (гендерному, профессиональному, этническому) адресантом. Взаимоотношения говорящего с группой могут строиться как на отождествлении, так и на сравнении:

«Как и многие девочки моего поколения, я мечтала поступить в университет, встретить навеки любимого, родить девочку и мальчика, работать учителем и иметь счастливую семью». (Т. Горецких. Куколка наша).

Конструкт «мое поколение» в данном контексте подразумевает использование местоимения «мое» в значении поколения, частью которого является говорящий. Объединяющим фактором является единый комплекс представлений о жизни и ценностях у людей, выросших в одинаковых социальных условиях и проживших одни и те же исторические события. Вместе с тем адресант выделяет себя из когорты индивидов, составляющих выбранное поколение, что обусловлено некоторой двойственностью человеческой натуры: «...самоутверждение собственного бытия оказывается двусторонним и противоречивым: есть желание быть самим собой и есть желание быть с другими (стремление к единению)» [17].

Коллективный характер идентичности в рамках поколенческой когорты демонстрируется при использовании формул «мое поколение» и «наше поколение»:

«Вот в такой сложной обстановке оказалось мое поколение». (Георгий Арбатов. Человек Системы (2002)).

При использовании формулы «мое П(х)» актуализируется полная соотнесенность коммуниканта с поколением по выбранным им поколенческим характеристикам: «Групповая идентичность индивидуального субъекта — результат отождествления индивидом себя с реальной группой членства (прежде всего референтной для субъекта) — с семьей, учебной группой, трудовым коллективом и др. В итоге человек принимает как свои собственные групповые цели, нормы, ценности, у него формируется чувство личной принадлежности к группе (чувство «Мы»)» [8]. Говорящий также может уточнять параметры сходства, например:

*«Но «холодная война» сделала невозможным решение германского вопроса до того, как в СССР началась перестройка. Глава первая. Германский вопрос после войны **Мое поколение** — люди, которым перевалило за 60. Наша главная отличительная черта — все мы дети войны. Хотя ясно, что основную ее тяжесть вынесли наши отцы, старшие братья и, конечно, матери. И тем не менее она — со всеми смертями, горем и лишениями — легла и на наши, еще не окрепшие плечи, формируя, а иногда и калеча детское сознание».* (М.С. Горбачев. Как это было. Объединение Германии (1999)).

Формула «наше поколение» (с или без соционима) демонстрирует групповую сплоченность, представляя коллективное безличностное образование; акцентуация личности коммуниканта отсутствует, коммуникант создает безопасное пространство путем ассоциирования с крупной социальной группой. Местоимение «наше» используется в значении «принадлежащий нам, имеющий отношение к нам»² и, как правило, используется в отношении людей, которые близки говорящему по духу (могут быть как родственниками, так и соотечественниками, например):

«Мне кажется наше поколение, если чем и отличается, то только тем что много видели перемен вокруг себя, начиная с детства. Из-за этого мы умеем быстро и органично приспосабливаться к окружающей среде. От чего наши дети сейчас в шоке будут, мы это на фюю видали. Устали от впечатлений» (Я из поколения 70-х. Итоги — 29 ответов на форуме Woman.ru) (<https://www.woman.ru/psycho/socialization/thread/5668146>).

Использование соционима в данной формуле представлено в речи следующим образом:

«— Наша общая, Никита Сергеевич, Великая Октябрьская социалистическая революция, — категорически заявил Известнов и дальше пошел рубить отдельными, будто отшлифованными фразами: — Дело в том, Никита Сергеевич, что в результате извращений периода культа личности у нас многие забыли, что эта революция родила великое авангардное искусство. Это искусство с его неустребимой тягой к эксперименту выдвинуло нас в Двадцатые годы на позицию мирового лидера. К сожалению, культ личности Сталина отбросил наших художников назад в XIX век. Теперь наше поколение советских художников сознательно или спонтанно тянется к тому, чтобы восстановить революционный пафос. Я много думал о том, что бы я сказал главе правительства, если бы он обратился ко мне с таким вопросом, с каким вы обратились ко мне. Невероятное произошло: я беседую с вами, и вы теперь знаете, что движет меня в моем творчестве. Хрущев остановился и почесал свой затылок, похожий на голенище титовского сапога». (Василий Аксенов. Таинственная страсть (2007)).

Конструкты «мое поколение» и «наше поколение» представляют собой образования более высокой степени абстракции, нежели конструкции из первой и второй групп, подразумевая большую степень слияния коммуниканта с поколенческой когортой. Фактором, разграничивающим конструкции «мое поколение» и «наше поколение», является степень вовлеченности коммуниканта в группу: «мое поколение» репрезентирует адресанта скорее как «владельца» группы, в то время как «наше поколение» демонстрирует четкую коллективную принадлежность, адресант выступает от имени большего количества членов группы и представляет собой единое целое с группой.

Наконец, еще одной вариацией демонстрации групповой включенности может быть использование формулы «мы — П(х)»:

*«Согласитесь, у тех, кто родился в 2000, где-то с 2005-х годов столько возможностей открыто. Это целое поколение Z, рождённое в эпоху интернета и соц сетей. Да, они не бегают с детворой, как мы, поколение 80–90-х, играя в прятки и гоня мяч, а сидят и рубятся в доту или в соц сетях. Но не все. Среди поколения 2000-х больше всего блоггеров, *** кис, таргетологов и сммщиков, которые уже в 18 заработали миллион. Именно это поколение себя уважает, и не пойдёт работать за 15–30 тысяч, когда как заработки их превышают 100–150 тысяч в месяц. И даже если толком не зарабатывают, они не пойдут работать за копейки. Этим детям привито чувство собственной значимости. Учеба этим детям легче*

² Ожегов, С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://ozhegov.slovaronline.com/> (Дата обращения: 20.08.2023).

даётся, интуиция тоже. Вот они будут управлять нашей страной и миром, а не поколение 80-90-х, которое жило в страданиях, нищете и лишениях, а в будущем столкнулось с огромной конкуренцией за рабочие места. Вот я этому поколению очень завидую, у них все впереди, столько возможностей. А вы завидуете?» (Завидуете ли вы поколению 2000-х (поколению Z)? <https://www.woman.ru/psycho/personality/thread/5325712>).

Формулы, содержащие компонент «я», отличаются, таким образом, от формул «мое поколение», «наше поколение» «мы — поколение», подчеркивая приоритетность личности говорящего. Формулы с личным и притяжательными местоимениями («мое поколение», «наше поколение», «мы — поколение») подчеркивают соотнесенность коммуниканта с выбранной поколенческой группой.

Заключение

Таким образом, анализ проявлений поколенческой самоидентификации продемонстрировал наличие ряда формул речевой экспликации идентичности, выделяемой на основании принадлежности адресанта к определенному поколению. Форматы предъявляемой идентичности варьируются и могут быть представлены как в виде простой (однокомпонентной), так и в виде сложной (многокомпонентной) модели. Сложные варианты предъявляют сочетание нескольких идентичностей, выбираемых по востребованности той или иной идентичности в момент речи, и сочетают поколенческую идентичность с гендерной, национальной и т. п.

Формулы для предъявления выбранной говорящим поколенческой идентичности разнообразны и вербализуют отождествление с поколением или групповую принадлежность (соотнесенность). Эмпирический материал демонстрирует различную степень включения адресанта в поколенческую когорту, что выражается посредством использования личных и притяжательных местоимений в сочетании с лексемой «поколение», соционимами и определенным порядком следования компонентов формул.

При сравнении конструкторов становится очевидным, что присутствие личного местоимения «я» (в частности, в конструкторах «я и мое поколение» или «я и х моего поколения») направлены на подчеркивание приоритета говорящего (личностного фактора), в то время как в конструкторах «мое поколение» (апроприация поколения), «наше поколение» и «мы — поколение» коммуниканту важнее продемонстрировать групповую принадлежность и единство с выбранной социальной когортой, т. е. в определенных ситуациях единство с группой становится важнее личных интересов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Журавлев, А.П. Категоризация действительности как часть когнитивной функции языка. Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки, 2019. Т. 19, № 5. С. 62–66.
2. Лаппо М.А. Самоидентификация: прямое, косвенное эксплицитное и косвенное имплицитное описание идентичности говорящим субъектом // Вестн. Том. гос. ун-та. 2013. № 372. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samoidentifikatsiya-pryamoe-kosvennoe-eksplitsitnoe-i-kosvennoe-implitsitnoe-opisanie-identichnosti-govoryaschim-subektom> (Дата обращения: 10.07.2023).

3. Сапоровская, М.В. Психология межпоколенных отношений в современной российской семье / М.В. Сапоровская. — Кострома: КГУ имени Н.А. Некрасова, 2012. — 430 с.
4. Рожкова Л.В. Идентичность современной студенческой молодежи // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2010. № 2. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-sovremennoy-studencheskoy-molodezhi> (Дата обращения: 10.07.2023).
5. Писаренко Н.В. Идентичность в аспекте коммуникации: теоретические подходы // Вестн. Том. гос. ун-та. 2005. № 286. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-v-aspekte-kommunikatsii-teoreticheskie-podhody> (Дата обращения: 12.09.2023).
6. Горина Е.В. Анализ формирования национальной идентичности. К вопросу о когнитивно-дискурсивном подходе // Политическая лингвистика. 2016. № 6. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-formirovaniya-natsionalnoy-identichnosti-k-voprosu-o-kognitivno-diskursivnom-podhode> (Дата обращения: 11.05.2023).
7. Herbut A. Pokolenie (re)miksu. Recyckling w kulturze zmediatyzowanej. Pokolenie — kategoria historyczna czy współczesna? [Поколение ре(микса). Рециркуляция в медиатизированной культуре. Поколение — категория историческая или современная?] / redakcja: Joanna Zając. — Kraków: Księgarnia śAcademicka [редакция: Джоанна Зайяц. — Краков: Академический книжный магазин], 2010. — pp. 109–121.
8. Гайдар К.М. Феномен идентичности группового субъекта // Вестник ТГПУ. 2009. № 11. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-identichnosti-grupпового-subekta> (Дата обращения: 08.02.2023).
9. Исаева М.А. Поколение // Знание. Понимание. Умение. 2011. № 1. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokolenie> (Дата обращения: 06.02.2023).
10. Стрижицкая О.Ю., Петраш М.Д. Несемейные межпоколенные отношения: проблемы и перспективы // Вестник СПбГУ. Серия 16: Психология. Педагогика. 2019. № 3. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nesemeynye-mezhpokolennye-otnosheniya-problemy-i-perspektivy> (Дата обращения: 07.03.2023).
11. Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. Социология. Этнология. 1995. № 3-4. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-i-sotsialno-psihologicheskie-mehanizmy-formirovaniya-sotsialnoy-identichnosti-lichnosti> (Дата обращения: 08.02.2023).
12. Садовская Е.Ю. О некоторых аспектах выражения идентичности в поколенческом дискурсе. От слова к дискурсу: разнообразие форм и (не)предсказуемость смыслов: тез. докл. междунар. науч. конф., Минск, 12–13 мая 2023 г. / редкол.: Л.М. Лещёва (отв. ред.) [и др.]. — Минск: МГЛУ, 2023. — 288 с. С. 236–238.
13. Медведева И.А. Языковые средства самопрезентационного дискурса // Челябинский гуманитарий. 2013. № 2(23). [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-sredstva-samoprezentatsionnogo-diskursa> (Дата обращения: 15.03.2023).

14. Лябина, О.Г., Копельник, В.И. Категоризация и закрепление в языке результатов предшествующего опыта. Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2012. № 2(9): в 3-х ч. Ч. III. С. 134–135. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/56.html> (Дата обращения: 05.06.2023).
15. Порядина, Р.Н. Дискурсивные правила как текстопорождающий механизм (на материале русских говоров Среднего Приобья). Вестник ТГУ, 2007. № 294. С. 65–72. [Электронный ресурс]. — URL: https://www.lib.tsu.ru/mminfo/000063105/294/image/294_65-72.pdf (Дата обращения: 15.04.2023).
16. Гусакова Т.Г. Типология языковых средств моделирования социальной самоидентификации персонажа (на материале англоязычной прозы XX века). Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2016. № 6(60): в 3-х ч. Ч. 1. С. 102–108.
17. Лобова Т.Г., Ражина Н.Ю., Маковецкая Е.Н. Экологизация общения в условиях «антропологической катастрофы» // Манускрипт. 2020. № 10. [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologizatsiya-obscheniya-v-usloviyah-antropologicheskoy-katastrofy> (Дата обращения: 14.02.2023).

Sadovskaya Jekaterina Yurievna
Minsk State Linguistic University, Minsk, Belarus
E-mail: sadovskaya@sbmt.by

Speech formulas of self-presentation of generational identity

Abstract. The issue of identity draws a lot of attention from various sciences such as sociology, psychology, philosophy. Special attention is drawn to the problematics of identity by linguistics. Such identities as national, ethnic, or gender, have been studied quite well while generational identity has not been studied extensively. This article is devoted to the exploration of the issue of verbal presentation of generational identity. The goal of the article is to look at and systematize speech formulas of presentation of generational identity used by the speakers during the communication process. Examples taken from the National Corpora of the Russian Language and the Internet serve as the basis for analysis. Identity models can be divided into simple one-component and complex multicomponent models. Simple models present only generational identity. Complex models verbalize several identities simultaneously selected by the speaker during the communication process as based on the urgency of a specific identity. Complex models combine generational identity with gender or professional identity. Self-identification is demonstrated through full identification with the generational cohort or by joining a generation. Speech formulas consist of personal or possessive pronouns, the lexeme «generation» and the socionim. Speech formulas demonstrate the priority of the addresser or the generation in the process of generational self-identification. The choice of the formula shows the degree of unity of the speaker with the generation.

Keywords: speech formula; identity; generation; discourse; self-presentation; communicant; socionim