

Т. Б. Маслова
НТУУ «КПИ» (Киев)

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО НАУЧНОГО ДИСКУРСА

В теории речевой коммуникации под коммуникативной стратегией понимают оптимальную реализацию интенции говорящего для достижения конкретной цели общения путем выбора речевых действий и языковых средств по определенным прагматическим правилам, которые учитывают контекст коммуникации и когнитивное состояние адресата и адресанта. Таким образом, процесс общения – это последовательность речевых ходов, которые обусловлены коммуникативными намерениями и корректируются в зависимости от конкретной ситуации [4, с. 81]. Коммуникативные стратегии особенно важны для характеристики разновидностей институционального дискурса, которые представляют собой регламентированное по форме и содержанию общение в рамках таких социальных институтов, как наука, право, медицина, политика.

Научный дискурс традиционно рассматривается как особый тип институционального дискурса, участниками которого являются ученые и исследователи, имеющие статусное равенство в том смысле, что каждый из них имеет право отстаивать свою точку зрения. Целью научного общения является познание мира, вывод новых знаний о предметах и явлениях, доказательство истинности, объективности и т. д. Характеристики участников и особенности обстоятельств научного диалога, который может быть как письменным, так и устным, существенно влияют на выбор используемых языковых единиц и коммуникативных стратегий.

В. И. Карасик выделяет стратегии научного дискурса согласно частным целям коммуникации, которые можно сгруппировать как «выполнение исследования» (определение проблемы, предмета изучения,

анализ истории вопроса, формулирование гипотезы и цели исследования, обоснование выбора методов и материала исследования, построение теоретической модели предмета изучения, изложение результатов), «экспертиза» (обсуждение результатов, экспертная оценка проведенного исследования) и «внедрение исследования в практику» (определение области практического применения полученных результатов, изложение полученных результатов в форме, приемлемой для специалистов и неспециалистов) [6, с. 217]. Однако такая классификация скорее отражает так называемые риторические шаги, т. е. коммуникативные функции отдельных компонентов текста, большинство из которых используются в жанре научной статьи. В связи с этим Т. Н. Хомутова, считая данные стратегии скорее когнитивными, чем коммуникативными [5], предлагает выделить информирующие стратегии и оценивающие, стратегии убеждения, а также некоторые другие, при этом подчеркивая, что для коммуникативных стратегий научного дискурса характерны полифония и гибридность, поскольку они тесно связаны между собой.

Основываясь на классификации, предложенной О. С. Иссерс [1; 4], по принципу иерархии мотивов адресанта коммуникативные стратегии научного дискурса можно разделить на главные, задача которых состоит в оказании влияния на адресата, и вспомогательные, которые помогают организовать процесс коммуникации.

Главной стратегией научной дискуссии является убеждение, состоящее в аргументированном воздействии на сознание адресата с целью усилить или изменить его мнение, взгляды, оценки. Коммуникативная стратегия убеждения может быть реализована посредством тактик, т. е. совокупностью определенных языковых средств и приемов, среди которых Д. А. Копыл [3] выделяет:

- информирование;
- размежевание;
- ссылки на авторитет;
- актуализацию фоновых знаний;
- оценивание;
- игры на повышение / понижение;
- прогнозирование.

Информирование включает в себя приведение новых данных и фактов, причем с целью максимальной достоверности эмпирический материал представлен не только в словесной, но и в графической, символической форме.

Коммуникативная тактика «размежевание» выявляет различия в позициях и мнениях исследователей, эффективности применяемых методов и т. д.

Интертекстуальные ссылки на авторитетные источники способствуют увеличению иллюкативной силы речевого воздействия на адресата, убеждает его в истинности представляемой информации.

Актуализация фоновых знаний – это ссылки на прецедентные тексты, т. е. хорошо известные работы классиков, цитаты, названия фундаментальных научных статей, часто цитируемые примеры и другие единицы научного общения, которые представляют собой кванты старого знания (например, словосочетания теорема Пифагора, таблица Менделеева, шкала Цельсия и др.).

Употребление оценочных – позитивных или негативных – комментариев является одним из самых эффективных средств убеждения. Формулировка ценности сообщаемой информации достигается логически и лингвистически.

Коммуникативная тактика «игры на повышение» означает стремление адресанта увеличить значимость своей научной компетентности. С этой целью могут перечисляться успешно завершённые проекты, в которых он принял участие, подробно описываются преимущества предложенного изобретения, идеи или метода, полученных результатов и т. п. «Игра на понижение» основана на критике или имплицитном негативном отношении к позициям других ученых, выявлению недостатков предыдущих исследований.

Прогнозирование дальнейшего развития знания о предмете исследования или изучаемом явлении дает возможность адресату увидеть перспективность данной научной проблемы и убедиться в важности сообщаемой информации.

Следует отметить, что вспомогательные стратегии играют не менее важную роль для достижения эффективности научного диалога, однако их выбор и реализация полностью зависят от прагматических факторов (интенций адресанта, коммуникативной ситуации, отношений между коммуникантами).

Для стратегии убеждения научного дискурса характерна этикетизация – использование определенных вербальных и визуально-риторических средств, которые служат для того, чтобы сделать информацию легкой для понимания, предоставить адресату свободу при формировании собственного мнения, выразить уважение, или просто ос-

таваться вежливым по отношению к другим участникам коммуникативного акта.

Исследуя этикет научной англоязычной коммуникации, О. М. Ильченко выделяет ряд тактик, на которых основана стратегия вежливости [2, с. 86–98]:

- уменьшение влияния на адресата;
- вуалирование негативного отношения;
- проявление солидарности с адресатом;
- привлечение внимания адресата.

Изменения иллокутивной силы высказываний речевого акта убеждения возможны, например, благодаря таким маркерам хеджинга (некатегоричности), как аппроксимация, деперсонализация предоставляемых данных, уклонение от прямого возражения, импликация схожести взглядов, смягчение негативной оценки и приобщение адресата к диалогу.

Знания прагматики, необходимые для выбора правильной тактики вежливости, а также других вспомогательных стратегий и соответствующие коммуникативные навыки являются ключевыми в обучении профессионально ориентированному общению на иностранном языке. Кроме этого, значительная диверсификация научного дискурса, который охватывает широкие области гуманитарных и естественнонаучных знаний, а также влияние современных технологий на канал связи делают стратегии научного дискурса интересным объектом изучения лингвистики и теории межкультурной коммуникации.

Список использованных источников

1. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 5-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
2. Ильченко, О. М. Этикет англоязычного дискурса : моногр. / О. М. Ильченко. – К. : ІВЦ «Політехніка», 2002. – 288 с.
3. Копыл, Д. А. Современный англоязычный научный дискурс: коммуникативно-прагматический потенциал убеждения : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04, 10.02.19 / Д. А. Копыл ; Юж. федер. ун-т. – Ростов н/Д, 2013. – 188 с.
4. Маслова, Т. Б. Принципи класифікації комунікативних стратегій / Т. Б. Маслова // Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства і міжкультурної комунікації (ELLIC 2015) : матеріали II Міжнар. наук. конф. – Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г. М., 2015. – С. 81–85.

5. Хомутова, Т. Н. Стратегии научного дискурса: интегральный подход / Т. Н. Хомутова // Вестн. ЮУрГУ. Сер. «Лингвистика», 2015. – Т. 12, № 3. – С. 15–22.
6. Чувакин, А. А. Основы филологии : учеб. пособие / А. А. Чувакин ; под ред. А. И. Куляпина. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2011. – 240 с.