

## К ВОПРОСУ ОБ ОБУЧЕНИИ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ САМОХАРАКТЕРИЗАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПИСЬМЕННОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ

*В статье рассматривается необходимость формирования коммуникативной стратегии самохарактеризации в англоязычном письменном научном дискурсе с учетом национальной специфики коммуникативного поведения. Приводится классификация коммуникативных тактик, составляющих стратегию самохарактеризации. Прослеживается проявление в ее коммуникативных тактиках характеристик английской лингвокультуры, выделенных в рамках концепций Э. Холла и Г. Хофстеде.*

**Ключевые слова:** дискурсивная компетентность, коммуникативная стратегия самопрезентации, коммуникативная стратегия самохарактеризации, национальное коммуникативное поведение, письменный научный дискурс.

В условиях вхождения России в европейское образовательное пространство и модернизации российского образования, ускорения информатизации общества, глобализации и роста наукоемкости экономики, возрастает роль подготовки выпускников вуза к осуществлению межкультурной научной коммуникации, которая рассматривается в российской лингводидактике как неотъемлемая часть формирования иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности будущего специалиста.

Наметившийся в последние десятилетия переход от лингвоцентрической к коммуникативной (И. А. Зимняя, Г. А. Китайгородская, Р. П. Мильруд, В. В. Сафонова и др.) и лингвосоциокультурной (В. П. Верещагин, В. Г. Костомаров, В. П. Кузовлев, Е. И. Пассов, С. Г. Тер-Минасова и др.) парадигмам обучения иностранному языку повышает роль формирования у выпускников вуза в составе иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности дискурсивной компетентности, в том числе в сфере научного общения. Дискурсивная компетентность, в ее удобном для обучения иноязычной профессиональной коммуникации широком понимании (H. Boyer, M. Butzbach-Rivera, S. Moirand, M. Pendaх, Y. Simard, H. П. Головина, Л. П. Каплич, О. И. Кучеренко и др.), определяется не только как способность создавать целостные и связные тексты, но и как информированность о существовании различных типов дискурса и особенностей их построения, владение навыками их интерпретации и продуцирования с учетом экстралингвистических факторов – ситуации общения, взаимодействия коммуникантов и их ролей в коммуникативной ситуации. При этом понимании, дискурсивная составляющая иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности предполагает овладение будущими специалистами национальной спецификой восприятия, понимания и порождения речевых сообщений адекватно прагматическому контексту, т.е. национально-специфичным коммуникативным поведением в области межкультурной профессиональной, в том числе, научной, коммуникации.

Несмотря на обусловленную требованиями времени общую тенденцию усиления в теории и практике преподавания иностранного языка коммуникативно-прагматического и лингвосоциокультурного подходов, на осознание важности формирования дискурсивной компетентности для осуществления межкультурной коммуникации в различных сферах общения (H. Boyer; J. A. van Ek; S. Moirand; S. Savignon; J. Sheils; H. В. Елухина, О. И. Кучеренко, Ю. А. Сеница и мн. др.), некоторые проблемы представляются нерешенными. Из практики обучения англоязычному письменному научному общению практически исключены такие важнейшие понятия коммуникативно-прагматической парадигмы преподавания иностранного языка, как коммуникативные стратегии и тактики, осознанный выбор и интенциональное использование которых обеспечивает вывод единиц вербально-семантического и тезаурусного уровней вторичной языковой личности на прагматический уровень, в реальное научное общение. Зачастую игнорируется национальная специфика коммуникативного поведения, что исключает подготовку к осуществлению полноценной межкультурной научной коммуникации.

Одной из имеющих несомненное значение, с точки зрения формирования дискурсивной компетентности в сфере письменного научного общения, коммуникативных стратегий, является, на наш взгляд, общая коммуникативная стратегия самопрезентации адресанта, существующая в любой сфере коммуникации, а также реализующие ее частные стратегии и их коммуникативные тактики (в терминологии О. С. Иссерс). Актуализация коммуникативной стратегии самопрезентации адресанта и составляющих ее частных стратегий, в частности, стратегии самохарактеризации, в письменном научном дискурсе до недавнего времени не вызывала сколько-нибудь значительного интереса не только в лингводидактике, но и

в лингвистике. Тем не менее, недавние исследования коммуникативной интенции самопрезентации адресанта в рамках психологии [4] и лингвистические исследования коммуникативной стратегии и тактик самопрезентации [7] в научном дискурсе подтверждают идею их универсальности, а исследования в рамках теории межкультурной коммуникации свидетельствуют о наличии национальной специфики их проявления в научном дискурсе [5, с.319]. Так, Т. А. Кубрак, анализируя интенцию самопрезентации в научном дискурсе, отмечает ее двухкомпонентную структуру, состоящую из самохарактеризации (составляющей интенции самопрезентации, направленной адресантом на себя) и воздействия (доминирующей составляющей интенции самопрезентации, направленной на адресата и модифицирующей проявление первой составляющей) [4, с. 20]. Н. В. Соловьева, рассматривая стратегии презентации коммуникантов в русскоязычной письменной научной дискуссии, приводит описание взаимозависимых коммуникативных тактик стратегии самопрезентации адресанта (в позитивной дискуссии – тактик адресации и тактик авторизации) [4, с. 30–34]. Л. В. Куликова подчеркивает культурную маркированность стратегий [5, с. 185], одновременно включая стратегию самопрезентации (продвижения своего научного "я") в число характерных для немецкого коммуникативного стиля научной коммуникации [5, с. 319, с. 328]. Вместе с тем, анализ лингвистических и лингводидактических исследований, затрагивающих проблематику самопрезентации адресанта в англоязычном письменном научном дискурсе, выявил отсутствие работ, освещающих национальную специфику общей коммуникативной стратегии самопрезентации и частной коммуникативной стратегии самохарактеризации.

В данной статье ставится задача обосновать необходимость учета национальной специфики коммуникативного поведения при формировании у студентов, в ходе обучения англоязычному письменному научному общению, одной из коммуникативных стратегий самопрезентации адресанта – коммуникативной стратегии самохарактеризации. Исследование проводилось на материале англоязычных научных статей по теории менеджмента.

Коммуникативная стратегия признается в лингвистике важнейшей единицей прагматического аспекта языковой личности, что определяет ее лингводидактическое рассмотрение как одной из основных единиц обучения иностранному языку в рамках коммуникативно-прагматического подхода (Т. А. Толмачева). В данной статье под коммуникативной стратегией понимается "комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели" [1, с. 54], а под коммуникативной тактикой – "конкретное речевое действие, способствующее реализации стратегии" [там же, с. 60]. Коммуникативная стратегия рассматривается как один из основных элементов коммуникативного поведения, она основана на коммуникативной интенции и определяется глобальной коммуникативной целью дискурса, детерминируемой его типом и жанром.

Научный дискурс относится к институциональной, т.е. статусно-ориентированной разновидности дискурса, реализуемой в общении представителей социальных групп или институтов [2, с. 265]. Основными целями научного дискурса является процесс вывода и верификации нового знания в соответствии с конвенциями научного общения и представление его научному сообществу для получения одобрения. Цели научного дискурса задают его ценности, отражаемые в его ключевых концептах (истина, знание, исследование) [2, с. 13], а также статусное равенство коммуникантов, вызванное тем фактом, что ни один из них не обладает монополией на истину [там же, с. 12]. Особенности научного дискурса детерминируют такие характеристики научного стиля изложения как: объективность, точность, логичность, абстрактность, лаконичность, диалогичность, клишированность. Регламентированность научного общения универсальными для разных культур конвенциями, в числе которых принцип и максимы кооперации Г. П. Грайса и постулат и максимы вежливости Дж. Лича, в некоторой степени нивелируют этнообусловленные характеристики научной коммуникации.

Хотя идея существования национальной специфики коммуникативного поведения, обусловленной различиями в картинах мира" носителей разных языков, относится к числу общепризнанных (В. фон Гумбольдт, А. А. Потебня, И. А. Бодуэн де Куртенэ, Л. С.Выготский, Н. Д. Арутюнова, А. А. Залевская, В. Г. Костомаров, Ю. Н. Караулов, В. И. Карасик, В. В. Красных, Т. В. Ларина, А. А. Леонтьев, И. А. Стернин, Л. Вежбицкая, У. Гудикунст, М. Клайн, Г. Триандис, Д. Хаймс, Э. Холл, Г. Хофштеде, Э. Сепир и мн. др.), понимание межкультурной научной коммуникации как процесса взаимодействия "научных культур", происходящего на фоне лишь частичного совпадения национальных стереотипов коммуникативного поведения, возникло недавно, во многом благодаря интеграции в лингвистические исследования понятийного аппарата и данных смежных наук. Несомненный интерес для лингвистических исследований представляет классификация особенностей коммуникации в соответствии с типом культуры и параметрами социальных отношений, отраженных в "культурной грамматике" Э. Холла и параметрах культуры Г. Хофштеде. Эта классификация позволяет, в частности, проследить проявление национальной специфических характеристик коммуникативного поведения в научной коммуникации, проявляющихся через культурную маркированность его основных единиц – коммуникативных стратегий и составляющих их тактик [5, с. 185]. По наиболее значительным основаниям классификации культур (высококонтекстность или низкоконтекстность, отношение к пространству и отношению к времени), Э. Т. Холл определяет английскую лингвокультуру как низкоконтекстную (требующую повышенной детальности изложения), дистантную (обеспечивающую коммуникативную неприкосновенность и сводящую к минимуму прямое коммуникативное воздействие), монохронную (предполагающую способность носителей данной

лингвокультуры концентрироваться только на одном действии в один временной интервал, очередность исполнения заданий и т.д.) [цит. по 5, с. 109-122]. В соответствии с важнейшими "параметрами культуры" Г. Хофстеде (дистанция власти, коллективизм / индивидуализм), английский коммуникативный стиль определяется как характеризующийся небольшой дистанцией власти и индивидуализмом [там же, с. 122-135].

Коммуникативная стратегия самопрезентации адресанта, базирующаяся на коммуникативной интенции самопрезентации [4], признается одной из универсальных, присутствующих в любом типе дискурса коммуникативных стратегий (О. С. Иссерс), что обусловлено антропоцентрическим характером коммуникации. Целью стратегии самопрезентации адресанта в научном дискурсе является формирование у коллективного адресата научного дискурса, научного сообщества, образа адресанта как специалиста или эксперта в данной предметной области, создание его научного авторитета, продвижение его научного "я" [5, с. 319].

В лингвистике и смежных науках преобладает взгляд на коммуникативную интенцию и основанную на ней стратегию самопрезентации как на "неосновную с точки зрения иерархии мотивов и целей" [1, с. 121], т.е. не связанную напрямую с достижением глобальной коммуникативной цели дискурса. Так, Дж. П. Диллард, Ч. Сегрин и Дж. М. Харден выделяют в качестве одной из групп второстепенных коммуникативных целей, цели, связанные с самовыражением адресанта (identity goals) [цит. по 1, с. 58 ], а Т. А. Кубрак отмечает преобладающее проявление интенции самопрезентации в научном дискурсе через другие коммуникативные интенции [4, с. 20]. О. С. Иссерс характеризует стратегию самопрезентации как вспомогательную прагматическую стратегию [1, с. 74], подчеркивая ее направленность на эффективную организацию общения и оптимизацию воздействия на адресата.

Тот факт, что в основе коммуникативной стратегии самопрезентации лежит двухкомпонентная коммуникативная интенция [4], дает основания для аналогичного представления коммуникативной стратегии самопрезентации как структуры, одна составляющая которой (частная стратегия самохарактеризации) непосредственно направлена на реализацию коммуникативной интенции самопрезентации и используется адресантом для реализации этой интенции, как правило, осознанно. Под самохарактеризацией в настоящей статье понимается сознательная демонстрация адресантом своих качеств как специалиста и члена научного сообщества, основанная на коммуникативной интенции самохарактеризации как составляющей интенции самопрезентации.

Вторая составляющая стратегии самопрезентации (частная стратегия персуазивного воздействия с ее тактиками логического аргументирования, модального усиления достоверности и экспрессивного убеждения) непосредственно соотносится не с интенцией самопрезентации, а с глобальной коммуникативной целью научного дискурса – выводом нового научного знания и убеждением адресата в его достоверности. Выполнение стратегией персуазивного воздействия функции самопрезентации адресанта не всегда осознается последним и напрямую зависит от успешности достижения глобальной цели дискурса. Реализующие общую коммуникативную стратегию самопрезентации частные коммуникативные стратегии тесно взаимосвязаны и взаимозависимы: так, убеждение адресата в достоверности излагаемого нового знания с целью обогащения его научной картины мира, на которое направлена стратегия персуазивного воздействия, одновременно способствует созданию позитивной самохарактеризации адресанта, поскольку представляет его личный вклад в изучение обсуждаемой проблемы. С другой стороны, самохарактеризация адресанта, осуществляемая, например, через описание значимости результатов исследования, способствует убеждению адресата в достоверности полученного и сформулированного нового знания, усиливая убеждающий эффект тактик персуазивного воздействия.

Коммуникативная стратегия самохарактеризации актуализируется в научном дискурсе косвенно, т.е. не через номинацию профессиональных (в данном случае, научных) достоинств адресанта и его научных достижений, как в политико-публицистическом и некоторых других типах дискурса, а через характеристику значимости результатов исследования и соблюдение конвенций научного общения. Таким образом, частная коммуникативная стратегия самохарактеризации распадается на коммуникативную тактику изложения значимости результатов исследования, и тактики соблюдения конвенций научного общения (тактики коммуникативного смягчения оценки мнения другого и авторской позиции, тактику усиления достоверности, тактику следования композиционно-смысловой структуре статьи и тактику следования стилистическим нормам научного дискурса).

Анализ англоязычных и русскоязычных статей показал, что частная стратегия самохарактеризации адресанта в научной статье по теории менеджмента относится к культурно-маркированным коммуникативным стратегиям, что подтверждается наличием национально-специфических особенностей ее актуализации, обусловленных сформулированными Э. Холлом и Г. Хофстеде характеристиками английской лингвокультуры.

Так, национальная специфика тактики изложения значимости результатов исследования проявляется в большем объеме этой части статьи, большей детальности изложения и обоснованности каждого положения, задаваемыми низкоконтекстностью английской лингвокультуры.

Тактика коммуникативного смягчения оценки мнения другого характеризуется меньшей, по сравнению с русскоязычными статьями, категоричностью критических замечаний, выражаемой в нормативном употреблении одновременно нескольких приемов смягчения – технике "усиления

позитивности" критики, цель которой – "акцентировать готовность говорящего субъекта действовать кооперативно с учетом норм и правил бесконфликтной коммуникации" [8, с. 32], что обусловлено дистантностью английской лингвокультуры: *Unfortunately, much of what passes for stakeholder theory in the literature is implicit rather than explicit, which is one reason why diverse and sometimes confusing uses of the stakeholder concept have not attracted more attention.* К приемам данной коммуникативной тактики относятся: указание на субъективность критических замечаний (глаголы и наречные фразы суждения и мнения), на неуверенность в достоверности оценки (наречия, наречные фразы, прилагательные и существительные со значением вероятности, глаголы 'seem', 'appear', модальные глаголы со значением вероятности и возможности и т.д.); снятие ответственности путем отсылки к мнению других исследователей; выражение сожаления, литоты; обоснование негативной оценки; количественное ограничение положительной оценки и т. д.

В коммуникативной тактике смягчения авторской позиции национальная специфика проявляется в негативной самооценке отдельных результатов исследования, практически не встречающейся в русскоязычных статьях, что является проявлением дистантности и низкоконтекстности английской лингвокультуры: *In most cases our hypotheses get only partial support.*

В коммуникативной тактике следования композиционно-смысловой структуре статьи национальная специфика самохарактеризации адресанта как соблюдающего правила научного общения проявляется в более строгом следовании одному из возможных композиционно-смысловых вариантов англоязычной статьи по сравнению с адресантами русскоязычных статей (проявление монохронности английской лингвокультуры). Кроме того, выражая принятие адресантом соответствующих конвенций англоязычного научного сообщества, данная тактика выявляет специфические черты национальной лингвокультуры в его коммуникативном поведении и, тем самым, косвенно способствует самохарактеризации адресанта. К наиболее значительным из этих конвенций относятся: большая детальность изложения в частях "Методика" и "Обсуждение" или "Результаты исследования" (проявление низкоконтекстности); значительное количество ссылок на источники в частях "Методы", "Обсуждение" или "Результаты исследования" и "Выводы" (низкоконтекстность и дистантность); линейная структура с последовательной аргументацией, без отступления от основной логической линии, с обязательными смысловыми подзаголовками (монохронность); центростремительная организация композиционного пространства с его сужением от конкретного к общему (низкоконтекстность); наличие части 'Acknowledgments' (дистантность).

Культурная маркированность коммуникативной тактики следования стиливым нормам научного дискурса проявляется в предпочтительном употреблении местоимения 'I' вместо русского "мы" и в отсутствии тактики приглашения к совместному размышлению, иногда встречающейся в русскоязычных статьях (индивидуалистичность). Она также проявляется в меньшей насыщенности пересложненными терминами и дефинициями, в большем стремлении к логичности, простоте и "прозрачности" изложения (низкоконтекстность), в наличии элементов юмора (небольшая дистанция власти).

В коммуникативной тактике усиления достоверности значительных различий между англоязычными и русскоязычными научными статьями предметной области "менеджмент" не обнаружено.

Таким образом, анализ корпуса англоязычных и русскоязычных научных статей предметной области "менеджмент" выявил наличие ряда национально-специфичных особенностей коммуникативной стратегии самохарактеризации как составляющей общей стратегии самопрезентации, которые обусловлены проявлениями таких особенностей английской лингвокультуры, как: монохронность, низкоконтекстность, дистантность, индивидуализм, небольшая дистанция власти. Культурная маркированность коммуникативной стратегии самохарактеризации англоязычного научного дискурса позволяет говорить о необходимости ее учета в процессе формирования дискурсивной составляющей иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности в сфере межкультурного научного общения.

Перспектива исследования функционирования общей коммуникативной стратегии самопрезентации в англоязычном письменном научном дискурсе заключается, на наш взгляд, в выявлении национальной специфики ее актуализации через стратегию и отдельные тактики персуазивного воздействия, а также в разработке алгоритмов использования тактик самохарактеризации и персуазивного воздействия в учебном и реальном межкультурном научном общении.

## Использованные источники

1. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. 5-е изд. – М. : URSS : ЛКИ, 2008. – 288 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
3. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
4. Кубрак Т. А. Интенция самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации : автореф. дисс. ... канд. психол. наук / Т. А. Кубрак – М., 2009.

5. Куликова Л. В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме / Л. В. Куликова. – Красноярск : Краснояр. гос. пед. ун-т им. В. П. Астафьева, 2006. – 392 с.
6. Ларина Т. А. Английский стиль фатической коммуникации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-274586.html> (дата обращения 14.06.2013)
7. Соловьева Н. В. Стратегии презентации коммуникантов в текстах научных дискуссий / Н. В. Соловьева // Вестник пермского университета. Сер. "Российская и зарубежная филология. – Пермь : ПГУ, 2009. – № 11.
8. Тахтарова С. С. Категория коммуникативного смягчения (когнитивно-дискурсивный и этнокультурный аспекты) : автореф. дисс. ... докт. филол. наук / С. С. Тахтарова. – Волгоград, 2010.

Заніна О. Л.

#### ДО ПИТАННЯ ПРО НАВЧАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ САМОХАРАКТЕРИЗАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ПИСЬМОВОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

*У статті обґрунтовується необхідність формування комунікативної стратегії самохарактеризації в англomовному письмовому науковому дискурсі з врахуванням національної специфіки комунікативної поведінки. Наводиться класифікація комунікативних тактик, що складають стратегію самохарактеризації. Простежуються прояви в її комунікативних тактиках характеристик англійської лінгвокультури, виокремлених в рамках концепцій Е. Холла та Г. Хофстеде.*

**Ключові слова:** дискурсивна компетентність, комунікативна стратегія самопрезентації, комунікативна стратегія самохарактеризації, національна комунікативна поведінка, письмовий науковий дискурс.

Zanina E. L.

#### TEACHING SELF-CHARACTERIZATION COMMUNICATIVE STRATEGY IN ENGLISH WRITTEN SCIENTIFIC DISCOURSE

*The article validates the necessity of forming self-characterization communicative strategy in English-language written scientific discourse considering the national communicative behavior. It also describes the set of communicative tactics constituting this strategy. The article traces the way some characteristics of English linguistic culture differentiated according to E. Hall's and G. Hofstede's theories, are substantiated in self-characterization communicative tactics.*

**Key words:** discourse competence, self-presentation communicative strategy, self – characterization communicative strategy, national communicative behavior, written scientific discourse

Стаття надійшла до редакції 12.07.13

