

СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ "СОЦІАЛЬНОГО ОБЛИЧЧЯ" КОМУНІКАНТІВ В АМЕРИКАНСЬКОМУ НАУКОВО-АКАДЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено дослідженню специфіки реалізації стратегій захисту "соціального обличчя" комунікантів в американському науково-академічному дискурсі. Встановлено, що реалізація стратегій захисту позитивного та негативного "соціального обличчя" здійснюється за допомогою етикетних мовленнєвих стереотипів, а захист "соціального обличчя" є характерною ознакою науково-академічного дискурсу.

Ключові слова: етикетні мовленнєві стереотипи, науково-академічний дискурс, стратегії захисту "соціального обличчя".

Статья посвящена исследованию специфики реализации стратегий защиты "социального лица" коммуникантов в американском научно-академическом дискурсе. Установлено, что реализация стратегий защиты положительного и отрицательного "социального лица" осуществляется с помощью этикетных речевых стереотипов, а защита "социального лица" является характерным признаком научно-академического дискурса.

Ключевые слова: этикетные речевые стереотипы, научно-академический дискурс, стратегии защиты "социального лица".

The present paper focuses on the strategies of protection of communicators' "social face" in American academic discourse. Strategies of protection of the positive and negative "social face" are conveyed by using etiquette lexical bundles. The protection of "social face" is a characteristic feature of academic discourse.

Key words: etiquette lexical bundles, academic discourse, strategies of protection of "social face".

Ввічливість належить до важливих факторів регулювання людської взаємодії. Якщо раніше поняття ввічливості асоціювалося з широким набором різноманітних ритуалізованих дій, то сьогодні ввічливу поведінку трактують як раціональні та стратегічні дії, які спрямовані на успішне досягнення комунікативних цілей у спілкуванні [5, с. 5]. **Актуальність обраної теми** зумовлена спрямованістю сучасних мовознавчих досліджень на вивчення механізму реалізації принципу ввічливості у різних сферах комунікативної взаємодії, у тому числі і науково-академічній. **Мега роботи** – визначити і проаналізувати стратегії захисту "соціального обличчя" в американському науково-академічному дискурсі. **Об'єктом аналізу** є сучасний усний та писемний науково-академічний дискурс, що розглядається як особливий тип інтерперсональної взаємодії комунікантів, в якій адресант цілеспрямовано впливає на когнітивну сферу адресата з метою формування в останнього основ системи фахових знань і фахового мислення. **Предметом дослідження** є прагматичні й функціонально-комунікативні аспекти ввічливості. **Матеріалом** слугували

транскрибовані тексти лекцій, семінарів, колоквиумів Мічиганського корпусу науково-академічного мовлення (*MICASE – Michigan Corpus of Academic Spoken English*) та різнофахові тексти підручників, які використовуються в американських університетах на рівні бакалавріату.

Норми ввічливої поведінки визначаються співвідношенням соціальних статусів комунікантів і ситуативним розподілом залежностей [2]. П. Браун і С. Левінсон вказують на важливість соціальної та особистісної дистанції як чинників, які визначають ступінь зусиль комунікантів, спрямованих на збереження "обличчя". Поняття "обличчя", тобто позитивної соціальної цінності, яку кожна людина встановлює у процесі комунікації [7, с. 5], моделює суспільну оцінку індивідуума і складається з позитивного і негативного аспектів. "Позитивне обличчя" комуніканта відображає його прагнення до схвалення з боку інших учасників комунікації, а "негативне обличчя" характеризується прагненням до захисту своїх меж, статусу, права на особисту недоторканність, на свободу дій та свободу від примусу [6, с. 61]. У процесі спілкування його учасники прагнуть зберегти не тільки власне обличчя, але й обличчя свого співрозмовника. Зазначимо, що "збереження обличчя – це не мета комунікації, а умова, без виконання якої нормальне спілкування неможливе" [3, с. 85].

П. Браун і С. Левінсон виокремлюють п'ятнадцять стратегій захисту "позитивного обличчя" та десять стратегій захисту "негативного обличчя" [6, с. 101–211]. Розглянемо стратегії захисту соціального обличчя, які реалізуються в американському науково-академічному дискурсі.

Серед **стратегій захисту "позитивного обличчя"** для американського науково-академічного дискурсу найбільш типовими є такі:

- "використовуй маркери внутрішньогрупової належності" (*use in-group markers*),
 - "допускай, створюй, заявляй про спільні інтереси" (*presuppose, raise, assert common ground*),
 - "прагни згоди" (*seek agreement*),
 - "уникай незгоди" (*avoid disagreement*),
 - "залучай до діяльності і мовця, і слухача" (*include both S and H into activity*).

Позитивна стратегія **"використовуй маркери внутрішньогрупової належності"** реалізується за допомогою звертань на ім'я як викладача до студентів, так і студентів до викладача, що підкреслює їхнє прагнення показати свою належність до однієї групи та відкинути будь-яку дистанцію між ними. Звертаючись до аудиторії, викладач часто використовує загальні назви (апелятиви) та називає студентів

по-дружньому *guys* або *folks*, що характерно для неофіційної комунікації, наприклад:

I mean, do you guys know of any books like this? (FLL).

Крім цього, в усному науково-академічному дискурсі спостерігаємо вживання діалектизмів і жаргонізмів (сленгу) на зразок *awesome*, *cool*, *hang out*, чим підкреслюється належність комунікантів до однієї територіальної / соціальної групи. Наведемо приклади.

So we wanna find the probability that X is greater than four, given that X is less than six. Another rule, another awesome formula that you must know probability of A given B, sequence of the probability A and B, divided by probability of B (ISL).

У поданому прикладі вживається американський сленг *awesome* у значенні "прекрасний", "чудовий".

I wanna talk about repressor binding just really briefly in the gal operon only because there's an experiment that I think is pretty cool to introduce you to a concept of dosage-dependent effects (MGL).

Як видно з прикладу, сленг *cool* вживається на позначення високого ступеня позитивної ознаки. Ці приклади свідчать про прагнення адресата підкреслити належність до однієї групи.

Позитивна стратегія "**допускай, створи, заявляй про спільні інтереси**" передбачає створення спільних тем для розмови. Згідно з П. Браун та С. Левінсоном, територією для спільних тем є світська, або фатична бесіда [6, с. 117], під якою ми розуміємо спілкування на контактостановлювальну тему, яка стосується комунікативної події або самих комунікантів у науково-академічному дискурсі. Основною функцією фатичної бесіди є зав'язування контакту та підготовка співрозмовника до подальшого розгортання комунікації. Як показує наше дослідження, в усному науково-академічному дискурсі до фатичної бесіди належать обговорення організаційних питань, екзамену, майбутньої поїздки, різноманітні оголошення на початку занять. Ініціювання комунікації за допомогою фатичної бесіди сприяє створенню позитивної атмосфери спілкування і свідчить про прагнення викладача побудувати позитивні відносини зі студентами.

Засобами реалізації позитивної стратегії "**залучай до діяльності і мовця, і слухача**" є інклюзивне *we* або *us*, а також присвійний займенник *our*. Наприклад, викладач залучає студентів до розгляду причин певного явища, вживаючи *us* та *we*:

Let us make the reasoning involved here more precise. We are suggesting that speakers are in possession of certain broad generalizations about possible and impossible word-initial and final sequences and that these generalizations play a role in their inferences about syllable structure (LILT).

За допомогою присвійного займенника адресант маркує тему або об'єкт повідомлення, таким чином залучаючи до обговорення і адресата.

Позитивні стратегії **"прагни згоди"** та **"уникай незгоди"** відображають прагнення комунікантів продемонструвати позитивне ставлення до співрозмовника через вираження згоди (однакової, спільної думки). У разі розбіжності поглядів, стереотипна поліпрагматична модель *YES (okay, right)...*, *BUT...* може використовуватися для етикетного зменшення негативних моментів (спочатку зазначається позитивне, а потім – негативне) та обережного заперечення, як наприклад:

– *Mm, it wasn't too much it didn't take me too long to just, use the same word I just, I'd say the hardest part yeah was changing the sentences. Trying to make 'em all fit again. But it wasn't too bad.*

– *Okay. But the rhythm seemed to work right and, it really did, come out to be a sestina and one of the effects of the sestina is that, since you're using those words over and over again they tend to acquire different meanings they tend to just, they sound different in different combinations and they mean something. (IPOH).*

Поданий приклад демонструє ситуацію, коли адресант спочатку погоджується з адресатом, виявляючи таким чином повагу, а потім подає свою інформацію, акцентуючи увагу на своїй думці.

Крім цього, часто зустрічаються розділові запитання, які теж свідчать про бажання адресата отримати підтримку аудиторії, як-от:

Your responses to the environment then are all behavioural, aren't they? (BEFL).

Позитивна стратегія **"прагни згоди"** реалізується також через повтори, особливо у тих випадках, коли викладач повторює думку студента, підтверджуючи її:

– *How does Y compare to capital Y when the concentration is low?*

– *Y is approximately equal to the capital Y.*

– *Yes. They're about the same. Once you start getting up above point-zero-five, it starts changing and up above point-one is really concentrated (SPL).*

Маркерами стратегії **"надавай пояснення"** (*give or ask for reasons*) виступають сполучники причинно-наслідкового зв'язку *because, for, since* та прийменники *because of, owing to, due to*. З іншого боку, адресант має можливість задавати питання.

– *So here what we get is that thirty-two squared is congruent to one, mod three forty-one... But thirty-three is not congruent to one or negative one mod three forty-one. Three forty-one cannot be prime.*

– *Okay, I couldn't use that same theorem, since we were given that two-to-the-three-fortieth is congruent to one mod three forty-one?*

– *Since two-to-the-three-fortieth congruent to one mod three forty-one, that's not that in itself doesn't show that three forty-one is composite (NTML).*

До **стратегій захисту "негативного обличчя"**, які зустрічаються у науково-академічному дискурсі, відносимо такі:

- "знижуй ступінь нав'язування" (*minimize the imposition*),
- "використовуй безособові позначення мовця і слухача" (*impersonalize S and H*),
- "поводь себе так, ніби співрозмовник робить тобі послугу, а не ти йому" (*go on record as incurring a debt or off record as indebteding H*).

Розглянемо їх детальніше.

Негативна стратегія "**знижуй ступінь нав'язування**" реалізується за допомогою засобів модальності: *can, could, may, might, should, probably, possibly, perhaps, maybe* :

Astaxanthin production perhaps, the trehalose production, the enzyme that's responsible for that maybe you're trying to produce that. The promoter, the choice of promoter can be very important. It can be of plant origin. It might be of viral origin it might be of bacterial origin (GCBL).

Поданий фрагмент взято з лекції. Як бачимо, лектор вживає низку засобів епістемічної модальності, що акцентують суб'єктивну думку адресанта і, тим самим, знижують ступінь нав'язування на співрозмовника.

До засобів зниження категоричності належать різноманітні апроксиматори – слова та словосполучення, які виражають приблизні значення. При цьому розрізняють вислови, які мають значення приблизності як основне і воно реалізується незалежно від контексту (*about, approximately, nearly, a kind of, a sort of ma in.*) та лексичні одиниці, значення приблизності яких є контекстуально зумовленим (*rather, quite*) [4]. Для наукового дискурсу характерні апроксиматори кількості, апроксиматори-генералізатори, апроксиматори-рестриктори, апроксиматори якості, темпоральні, локативні, гіпотетичні та "дипломатичні" апроксиматори [1, с. 14]. У науково-академічному дискурсі ми виділяємо чотири основні групи апроксиматорів: абсолютні, кількісні, компаративні та апроксиматори уподібнення. При абсолютній або експліцитній апроксимації відбувається незначне відхилення від початкового значення слова у той чи інший бік. **Абсолютні** апроксиматори впливають на якісну або кількісну сему у слові, деінтенсифікуючи її. До цієї групи належать такі мовні одиниці: *approximately, about, around, nearly, roughly, almost, all but, more or less, scarcely, hardly, quite, some*. Наприклад:

So, they take over the castle, they kill lots of people there but at first they can't find Moronao, it turns out that he's hiding, he's run away and he's

cowering in fear hiding but one of them, the narrator on page one-seventy-six says, Yazama Jutarō Shigeyuki drags in Moronao all but carrying him in his arms (JLL).

У наведеному прикладі мовець використовує апроксиматор *all but* для того, щоб не бути занадто категоричним при описуванні подій.

Кількісні апроксиматори завуальовано виражають значення приблизності при найменуванні кількостей. З цією метою використовуються такі фрази: *many/much, a lot of, very many, a great number, a great deal, a large amount, numerous, mostly, or more, little/a little, few/a few, quite, between, from ...to, up to, over, below, under, within:*

Fiedler and his associates conducted numerous studies linking favorableness of various situations to leader style and the effectiveness of the group (PM).

Інтерпретуючи поданий приклад, зазначимо, що адресант вживає кількісний апроксиматор *numerous* з метою передачі невизначено великої кількості. Очевидно, він не може взяти на себе відповідальність за точність інформації і тому робить лише припущення.

Апроксиматори, які вживаються задля вираження значення приблизності за допомогою порівняння, називаємо **компаративними**. Сюди відносимо такі стереотипні вислови: *at least, (not) more/less than, much more (than), like:*

The same is true of crack and powder cocaine and this of course comes from the method of administration, um by smoking the crack the effect is much more intense, it's also much more short lived (GPPS).

Як бачимо, мовець намагається висловити припущення щодо впливу кокаїну на організм людини шляхом вживання мовних одиниць приблизності *much more*.

Апроксиматори **уподібнення** вживаються при частковій або неповній відповідності об'єкту денотату слова, яке модифікує апроксиматор. Серед них виділяємо такі найчастіше вживані фрази: *(a) sort of, a kind of, of some kind, for the most part, a bit, partly, some (of), something like, somewhat, certain*. Розглянемо приклад:

Well uh I'm not going to help all that much in that area, but I'd like to report, some of the chemical effects as we had found them, this chapter really is a kind of a summary of uh the work in our lab for the last twenty years, and uh boundary, lubrication, and uh well let's go into the chapter one uh chapter nine page one-fifty-seven and and -eight, um how do surfaces fail? (PMES)

У цьому фрагменті мовець висловлює думку про те, що розділ, про який йде мова, виступає коротким оглядом або підсумком роботи, проведеної в лабораторії за останні двадцять років. При

цьому він не наважується стверджувати це категорично і тому живає апроксиматор *a kind of*.

Наші спостереження свідчать про те, що етикетні мовленнєві стереотипи є характерним засобом вербалізації апроксиматорів у науково-академічному дискурсі, оскільки некатегоричність оцінок, допущення можливості інших точок зору, є характерною ознакою спілкування у науково-академічній сфері, водночас забезпечуючи захист "негативного обличчя" комунікантів.

Негативна стратегія **"використовуй безособові позначення мовця і слухача"** реалізується за допомогою стереотипних безособових зворотів, заміни особового займенника *I* на іменник, який характеризує певний клас людей або людство загалом, неозначено-особового займенника *one*, як наприклад:

These ideas formed a strong ideology and reinforced habits and rigid traditions. But one should not assume that the belief that there should be no change in technology was merely a superstitious impediment to progress (EI).

Наведений приклад ілюструє, як неозначено-особовий займенник *one* маркує перехід від особистісно-орієнтованого спілкування у більш абстраговану площину, захищаючи "негативне обличчя" комуніканта.

Негативна стратегія **"веди себе так, ніби співрозмовник робить тобі послугу, а не ти йому"** реалізується у ситуації, коли викладач висловлює вдячність студентам за те, що вони відвідали заняття, як-от:

C'mon any questions? Okay we're out of here. Thank you for all taking part in this study (GOSDL).

Отже, в американському науково-академічному дискурсі реалізується низка стратегій захисту як позитивного так і негативного "соціального обличчя", а саме: "використовуй маркери внутрішньогрупової належності", "допускай, створюй, заявляй про спільні інтереси", "прагни згоди", "прагни згоди", "уникай незгоди", "залучай до діяльності і мовця, і слухача", "знижуй ступінь наві'язування", "використовуй безособові позначення мовця і слухача", "веди себе так, ніби співрозмовник робить тобі послугу, а не ти йому". Реалізація стратегій захисту позитивного та негативного "соціального обличчя" здійснюється за допомогою етикетних мовленнєвих стереотипів. Захист "соціального обличчя" є характерною ознакою науково-академічного дискурсу і необхідною умовою організації обміну інформацією у цій сфері. Тож реалізацію стратегій захисту обличчя можна вважати однією з важливих функцій етикетних мовленнєвих стереотипів як засобів оптимізації науково-академічної комунікації.

Література

1. *Ільченко О. М.* Етикетизація англо-американського наукового дискурсу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. М. Ільченко. – К., 2002. – 37 с.
2. *Карабан В. И.* Адресатность простых и сложных речевых актов / В. И. Карабан // Вестник Харьковск. гос. ун-та. – 1989. – № 339. – С. 51–54.
3. *Ларина Т. В.* Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах / Татьяна Викторовна Ларина. – М. : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2003. – 315 с.
4. *Семкина А. В.* Аппроксиматор как служебный компонент сочетания / А. В. Семкина // Вестник ИГЛУ. – Сер. Антропологическая лингвистика. – 2006. – № 4. – С. 109–116.
5. *Фурменкова Т. В.* Средства реализации принципа вежливости в американском варианте современного английского языка (на примере речевых актов обращения, просьбы, приветствия) : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / Т. В. Фурменкова. – Москва, 2005. – 25 с.
6. *Brown P.* Politeness : some universals in language usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
7. *Goffman E.* Interaction ritual : essays on face-to-face behavior / Erving Goffman. – Garden City, N.Y. : Anchor Books, 1967. – 270 p.

References

1. *Ilchenko O. M.* Etyketyzatsiia anhlo-amerykanskoho naukovooho dyskursu : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia doktora filol. nauk : spets. 10.02.04 "Hermanski movy" / O. M. Ilchenko. – K., 2002. – 37 s.
2. *Karaban V. Y.* Adresatnost prostykh y slozhnykh rechevykh aktov / V. Y. Karaban // Vestnyk Khar'kovsk. hos. un-ta. – 1989. – № 339. – S. 51–54.
3. *Laryna T. V.* Katchoryya vezhlyvosty v anhlyyskoy y russkoy kommunykativnykh kul'turakh / Tat'yana Vyktorovna Laryna. – M. : Yzd-vo Ros. un-ta druzhby narodov, 2003. – 315 s.
4. *Semkyna A. V.* Approksymator kak sluzhebny komponent sochetanyya / A.V. Semkyna // Vestnyk YHLU. – Ser. Antropolohycheskaya linyhvystryka. – 2006. – № 4. – S. 109–116.
5. *Furmenkova T. V.* Sredstva realizatsyy pryntsyapa vezhlyvosty v amerykanskom varyante sovremennoho anhlyyskoho yazyka (na prymerе rechevykh aktov obrashchenyya, pros'by, pryvetstvyya) : avtoref. dyss. na soyskanye uch. stepeny kand. fylol. nauk : spets. 10.02.04 "Hermanskye yazyky" / T. V. Furmenkova. – Moskva, 2005. – 25 s.
6. *Brown P.* Politeness : some universals in language usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
7. *Goffman E.* Interaction ritual : essays on face-to-face behavior / Erving Goffman. – Garden City, N.Y. : Anchor Books, 1967. – 270 p.

Люстративний матеріал

MICASE – Michigan Corpus of Academic Spoken English.
<http://quod.lib.umich.edu/m/micase/>

Textbooks

CT – Category Theory / Steve Awodey. – Oxford : Clarendon Press, 2006. – 256 p. EI – Economics : an introduction to traditional and progressive views / Howard J. Sherman, E. K. Hunt, Reynold F. Nesiba, Phillip Anthony Ohara. – M. E. Sharpe, 2008. – 742 p. ES – Essentials of Sociology / David B. Brinkerhoff, Lynn K. White, Suzanne T. Ortega. – Cengage Learning, 2007. – 446 p. FB – Fundamentals of Biomechanics / Duane Knudson. – New York : Springer, 2003. – 310 p. FG – Fundamental Genetics / John Ringo. – New York : Cambridge University Press, 2004. – 478 p. FGM – Fundamentals of Geomorphology / Richard J. Huggett. – New York : Taylor & Francis, 2007. – 458 p. FOC – Fundamentals of Organic Chemistry / John McMurry. – Cengage Learning, 2010. – 598 p. FPP – Fundamentals of Plasma Physics / J. A. Bittencourt. – New York : Springer, 2004. – 678 p. FSD – Fundamentals of Structural Dynamics / Roy R. Craig, Andrew Kurdila. – Hoboken, New Jersey : John Wiley and Sons, 2006. – 728 p. FSG – Fundamentals of Structural Geology / David D. Pollard, Raymond C. Fletcher. – New York : Cambridge University Press, 2005. – 503 p. HIFA – Humans : an Introduction to four-field Anthropology / Alice Beck Kehoe. – New York, 1998. – 256 p. IAC – Introduction to Atmospheric Chemistry / Peter V. Hobbs. – New York : Cambridge University Press, 2000. – 276 p. IMLNE – Iterative Methods for Linear and Nonlinear Equations / C. T. Kelley. – Philadelphia : Society for Industrial and Applied Mathematics, 1995. – 166 p. IP – Introduction to Probability / Charles M. Grinstead, J. Laurie Snell. – American Mathematical Society ; 2 rev. edit., 1997. – 510 p. LILT – Linguistics : an Introduction to Linguistics Theory / Victoria A. Fromkin. – Wiley-Blackwell, 2001. – 768 p. MTP – Mathematical Tools for Physics / James Nearing. – Dover Publications, 2003. – 485 p. PCA – Psychology : Concepts and Applications / Jeffrey S. Nevid. – Cengage Learning, 2007. – 655 p. PM – Principles of Management / Ricky W. Griffin. – Cengage Learning, 2007. – 528 p. SI – Sociology : an Introduction / Richard J. Gelles, Ann Levine. – Mcgraw-Hill, 1995. – 672 p.