

**Т. П. Карпилович**  
Минск, МГЛУ

## КОММУНИКАТИВНЫЕ КАТЕГОРИИ НАУЧНОГО ДИСКУРСА В КОНТРАСТИВНОМ ОСВЕЩЕНИИ

Рассматриваются языковые средства реализации в научном дискурсе на английском и белорусском языках трех коммуникативных стратегий: субъектности, оценочности и стратегичности. Сопоставительный анализ языкового воплощения трех дискурс-категорий в научных статьях на двух языках позволил установить, что наибольшее количество различий проявляется в реализации категорий оценки и стратегичности, а именно ряда тактик информирования. Кроме того, авторы англоязычного научного дискурса используют и стратегию рекламирования, которая взаимодействует с базовыми стратегиями информирования и убеждения.

Поскольку многие лингвисты включают текст в понятие дискурса, то зачастую они переносят категории текста и на дискурс, однако с некоторыми дополнениями и уточнениями. Так, В. И. Карасик [1] классифицирует категории дискурса на четыре группы (конститутивные, жанрово-стилистические, семантико-прагматические и формально-структурные). При этом дискурсивными он считает следующие категории, которые традиционно выделяются в лингвистике текста: *информативность, относительная смысловая завершенность, модальность, членимость, когезия*. Вместе с тем он выделяет, на наш взгляд, и сугубо дискурсивные категории, к которым относятся тематическое единство, адресативность, образ автора (две последние из названных некоторые лингвисты считают текстообразующими (Н. Д. Арутюнова, Г. А. Золотова и др.)).

М. Л. Макаров в свою классификацию из шести дискурс-категорий также включает две категории текста (когезия и когеренция) и четыре сугубо дискурсивные: мена коммуникативных ролей, коммуникативная стратегия, метакоммуникация, дейксис дискурса [2]. Интерес представляет классификация И. С. Шевченко, которая выделяет отдельный класс коммуникативных категорий (интенциональность, адресованность, ситуативность), наряду с когнитивными (информативность, когезия); метадискурсивными (коммуникативные стратегии и тактики, жанрово-стилистические особенности дискурса, фатическая категория, мена коммуникативных ролей) [3]. Таким образом, очевидно, что проблема дискурс-категорий нуждается в дальнейшей разработке.

В нашем исследовании мы придерживаемся точки зрения, что дискурс – это текст в совокупности со всеми факторами экстралингвистического порядка. Следовательно, к дискурс-категориям относятся и все категории текста как результата дискурсивного процесса. Вместе с тем нельзя не отметить, что ряд традиционно выделяемых категорий текста являются, по сути, дискурсивными. Это, на наш взгляд, информативность, модальность и когерентность, поскольку эти категории актуализируются именно в процессе создания или порождения текста, т.е. в дискурсе.

Предметом детального исследования в настоящей работе стали такие коммуникативные дискурс-категории, как субъектность (адресант, адресат и др.), оценочность и стратегичность, реализуемые в жанре научной статьи на английском и белорусском языках. Безусловно, эти категории не исчерпывают весь перечень коммуникативных категорий, однако их анализ позволяет выявить специфику языковой репрезентации основных участников научной коммуникации, их отношения к описываемым фактам, а также способов реализации интенций в виде стратегий, тактик и языковых средств в контрастивном аспекте.

Рассмотрим вначале категорию субъектности. Отличие нашего подхода в том, что в структуре ее содержания мы выделяем не только субкатегории адресанта и адресата, следуя классической теории речевых актов, но и других участников общения. В научном дискурсе, кроме автора и читателя, в коммуникации участвуют (косвенно, в случае цитации) ученые и специалисты, занимающиеся смежными проблемами. Адресант научного дискурса как бы вовлекает их в процесс научного обсуждения. До недавнего времени считалось, что определенная дистанцированность или даже полное устранение субъекта речи из поверхностной ткани научного текста способствуют объективации изложения. Однако проведенный анализ показал, что в англоязычных научных текстах нередко встречаются прямые средства указания на автора сообщения – личное местоимение *I* и притяжательное *my*. В белорусскоязычном научном дискурсе такие прямые указания на адресанта отсутствуют. Вместе с тем в обоих языках отмечается тенденция использовать личные местоимения *we / мы* и *us / нам / нас*.

Вторая коммуникативная категория, которая рассматривается в настоящей работе, – это категория оценки. Анализ позволил выявить ряд отличий в номенклатуре средств выражения оценки и степени их употребительности в научных статьях на английском и белорусском языках. *Первое* отличие состоит в общей употребительности оценочных средств: она почти в два раза больше в англоязычных текстах, чем в белорусских. *Второе* отличие – это большее разнообразие средств выражения оценки в англоязычных текстах (лексико-грамматических классов слов, их конкретного состава, морфологических форм). *Третья* особенность – это более высокая употребительность прилагательных как главного средства выражения оценки и широком спектре передаваемых ими оценочных смыслов. Все вышеуказанные отличия наиболее ярко проявляются в сильных позициях англоязычной научной статьи (аннотации, введении и заключении), что позволяет говорить о рекламной стратегии, которой нередко руководствуются англоязычные авторы.

В языковой репрезентации категории стратегичности также выявлен ряд различий в тактиках, реализующих основные стратегии научного дискурса. Авторские коммуникативные стратегии определяются интенциональностью, под которой понимаются типовые целеустановки, характерные для того или иного дискурсивного жанра (В. А. Салимовский, Т. В. Шмелева, Л. Р. Дускаева и др.). В модели жанра есть одна или несколько главных

интенций, которые обуславливают выбор автором стратегий и тактик, а также языковых средств их воплощения. Главными интенциями автора научного дискурса в жанре научной исследовательской статьи является сообщение о новых научных результатах в той или иной области науки и доказательство их истинности. Эти цели влияют как на семантическую структуру данного жанра, так и на авторские коммуникативные стратегии. Как показал анализ научных статей на английском и белорусском языках, их интенциональность реализуется в дискурсе с помощью двух базовых стратегий: информирования и убеждения. Суть первой стратегии состоит в последовательном раскрытии нового научного знания, полученного исследователями в той или иной области. Стратегия убеждения направлена на доказательство новизны, достоверности, научной и практической значимости полученных результатов. Безусловно, в дискурсивном пространстве эти две стратегии взаимодействуют и переплетаются, так как раскрытие сущности нового знания одновременно способствует и убеждению адресата в его значимости. Тем не менее проведенный анализ научных статей позволил выявить разные коммуникативные тактики и языковые средства, специфические в вербализации двух основных стратегий.

Стратегия информирования реализуется прежде всего с помощью тактики композиционного членения текста, в котором выделяется заголовок, аннотация, введение, основная часть и заключение. Эта тактика аналогична метатекстовой функции, поскольку сами названия структурных частей сообщают читателю об их назначении. При этом наиболее важная информация о научных результатах помещается в так называемые сильные позиции текста – заголовок, аннотацию, введение и заключение. Следует отметить, что дискурсивная реализация тактики композиционного членения различается в научных статьях на английском и белорусском языках. В большинстве англоязычных изданий обязательно структурирование научной статьи на части: вводную («Introduction»), основную (как правило, с подзаголовками) и заключительную («Conclusion», «Concluding Remarks» и др.). В белорусскоязычном научном дискурсе только небольшая часть статей имеют заголовки введений («Уводзіны», «Уводныя заўвагі»), заключений («Заклучныя заўвагі», «Заклучэнне»), а также рубрикацию основного корпуса научной статьи. Такая организация текста создает некоторые трудности в его восприятии адресатом, несмотря на наличие определенных позиционных и языковых маркеров, указывающих на соответствующие композиционные части. Так, заключение в белорусских статьях, как правило, представлено в последнем абзаце текста и маркируется коннекторами *такім чынам, увогуле*.

Второй тактикой информирования в текстах научных статей, которая, как и первая, имеет метатекстовый характер, является ознакомление адресата с содержанием структурных частей статьи. Эта тактика характерна только для англоязычного научного дискурса; она реализуется обычно во введении. Например: *In each of the main sections (2–3), I will explore how cognitive approaches change the status of key ideas <...>. In Section 7.2, I will consider how cognitive theories of language and second language will ultimately alter our*

*understanding* <...>. Третьей тактикой, осуществляющей в основном стратегию информирования, является обзор и анализ предшествующих исследований по проблеме, рассматриваемой в статье. Эта тактика характерна для научного дискурса на двух языках, однако в англоязычном дискурсе она реализуется во введении или в специальном структурном разделе, озаглавленном «Theoretical Frame» или «Theoretical Background» и др. Данная тактика может также реализоваться в разделах, обсуждающих различные теоретические аспекты проблемы вместе с представлением собственной точки зрения, что свидетельствует о взаимодействии стратегий информирования и убеждения. Стратегия информирования достигается также тактикой приведения мнений других ученых, которая реализуется чаще всего ссылками и различными типами цитат. Безусловно, эта тактика используется и в реализации стратегии убеждения при построении аргументов, основанных на цитации, для доказательства того или иного тезиса.

Второй ведущей коммуникативной стратегией автора научного дискурса является убеждение. В жанре исследовательской статьи эта стратегия конкретизируется как убеждение адресата в истинности и достоверности нового научного знания. В реализации данной стратегии участвуют четыре основные тактики: акцентуации новизны полученных результатов, подчеркивания важности информации, оценочной тактики, аргументации. Первая из указанных тактик эксплицитно вербализуется лексикой со значением 'новизна'. В англоязычных текстах список таких слов более широкий (*for the first time, fresh, innovation, innovative, new, novel, unique*), в белорусскоязычных – это слова *навізна, новы, упершыню*. Разумеется, акцентуация новизны полученных результатов в обоих языках чаще передается имплицитно, а именно, путем количественных данных, сравнения полученных результатов с родственными исследованиями, формулирования зависимостей и закономерностей, что наиболее четко представлено в заключительном разделе научной статьи.

Тактика подчеркивания важности информации используется в аннотации и введении при обосновании актуальности рассматриваемой проблемы, а также при обсуждении полученных результатов и формулировании выводов. Она вербализуется рядом средств: лексическими единицами с общим значением 'важность' (*importance, important; важнасць, важны*); лексико-синтаксическими клише, присущими научному стилю (*note, notice, it must be stressed, it needs to be noted, it should be noted; адзначым, варта нагадаць, асобна можна вылучыць*); языковыми единицами со значением уверенности и убежденности (*certainly, clearly, of course, безумоўна, зразумела, не выклікае сумнення, сапраўды* и др.); выделительно-ограничительными частицами, наречиями и союзами (*not only but, only; менавіта, толькі* и др.); синтаксическими средствами выделенности (инверсия, эллипсис).

Оценочная тактика стратегии убеждения реализуется с помощью оценочных единиц, о специфике употребления которых говорилось выше. Она наиболее широко используется во введении и в тех разделах научной статьи,

где рассматриваются теоретические аспекты исследования. Однако в ряде статей оценочная тактика используется и применительно к собственным результатам, что чаще всего можно наблюдать в аннотациях англоязычных статей, используемых для рекламирования собственных разработок.

Одной из наиболее употребительных тактик стратегии убеждения в научном дискурсе является аргументация, которая реализуется в различных композиционных и суперструктурных частях научной статьи. Во введении и теоретических разделах она применяется при обосновании актуальности изучаемой проблемы и, как следствие, для формулировки цели исследования. В теоретическом разделе англо- и белорусскоязычных статей тактика аргументации применяется для доказательства сильных или слабых сторон рассматриваемых теорий и возможности / невозможности их использования в собственном исследовании. При этом аргументы принадлежат к характерологическому, оценочному или типу апелляции к авторитету. При описании результатов собственного исследования общей характеристикой тактики аргументации в научном дискурсе на двух языках является употребление аргументов, принадлежащих к типу иллюстрации (пример) при тезисе-утверждении, описывающем суть выявленной закономерности.

Таким образом, сопоставительный анализ языкового воплощения трех дискурс-категорий в научных статьях на английском и белорусском языках позволил установить, что наибольшее количество различий проявляется в реализации категорий оценки и стратегичности, а именно ряда тактик информирования. Кроме того, авторы англоязычного научного дискурса используют и стратегию рекламирования, которая взаимодействует с базовыми стратегиями информирования и убеждения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Карасик, В. И.* О категориях дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. – Волгоград: Перемена, 1998. – С. 185–198.
2. *Макаров, М. Л.* Дискурс как структура и как процесс: единицы и категории / М. Л. Макаров // Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М., 2003. – Гл. 5. – С. 162–202.
3. *Шевченко, И. С.* Дискурс и его категории / И. С. Шевченко // Вісн. Харк. нац. ун-ту. – 2011. – № 973, вип. 68 : Сер. Романо-герм. філологія. Методика викладання інозем. мов. – С. 6–12.

The paper considers means of language realization of the categories of subjectivity, evaluation and communicative strategy in scientific discourse in English and Belarusian. The differences revealed concern the representation of the category of evaluation and the informative communicative strategy.