

УДК 81'42+811.111

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАГМАТИЧНИХ СТРАТЕГІЙ В АНГЛОМОВНОМУ ДИДАКТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Лут К. А.

Запорізький національний технічний університет

У статті досліджено прагматичні стратегії, характерні англomовному дидактичному дискурсу. Виявлено основні мовні індикатори, спрямовані на реалізацію виявлених стратегій у навчальних текстах економічної тематики.

Ключові слова: дидактичний дискурс, прагматичні стратегії, мовні маркери, полегшення декодування, акцентуація деталей.

Лут Е. А. Особенности реализации прагматических стратегий в англоязычном дидактическом дискурсе. В статье исследуются прагматические стратегии, свойственные англоязычному дидактическому дискурсу. Определяются основные языковые индикаторы, направленные на реализацию выявленных стратегий в учебных текстах экономической тематики.

Ключевые слова: дидактический дискурс, прагматические стратегии, языковые маркеры, облегчение декодирования, акцентуация деталей.

Lut K. A. Particular features of pragmatic strategies and their realization in English didactic discourse. The article deals with pragmatic strategies typical to English didactic discourse. It determines the main linguistic markers intended to realize such strategies in educational texts on economics.

Key words: didactic discourse, pragmatic strategies, linguistic markers, simplification of decoding, accentuation of details.

Постановка проблеми. Дидактичний дискурс відноситься до наукового типу дискурсу, який супроводжує та обслуговує процес навчання. Специфіка його екстралінгвальних характеристик, таких як сфера функціонування, учасники комунікації, прагматичні цілі тощо, зумовлює формування особливих авторських інтенцій. Ілюктивні характеристики повідомлень такого типу потребують лінгвістичного осмислення і виявлення мовних маркерів, спрямованих на реалізацію поставлених завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Реалізація прагматичних стратегій у різних типах дискурсу ставала об'єктом дослідження багатьох вчених. Найбільшого висвітлення у лінгвістичній літературі набула комунікативно-прагматична специфіка політичного (С. А. Логачев [5]) та публіцистичного (Л. Р. Безугла,

І. О. Романченко [1], С. В. Тходоровська [8]) типів дискурсу. Науковці досліджують стратегії дискримінації (Л. Р. Безугла, І. О. Романченко [1]), стратегії вираження етнічних упереджень (Е. О. Куц [4]), стратегії й тактики етикетизації наукового дискурсу (О. М. Ільченко [3]) тощо, але актуалізація прагматичних стратегій дидактичного дискурсу залишається ще недостатньо вивченим питанням, що зумовлює актуальність нашого дослідження.

Метою цієї статті є виявити особливості реалізації прагматичних стратегій в англomовному науково-дидактичному дискурсі.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань:** визначити основні прагматичні стратегії, характерні для зазначеного типу дискурсу та дослідити мовні індикатори, спрямовані на реалізацію виявлених стратегій у навчальних текстах економічної тематики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науково-дидактичний тип економічного дис-

курсу характеризується певними особливостями, спричиненими специфікою його сфери використання. Він тісно пов'язаний із навчальним процесом, учасниками якого виступають дві протилежні групи людей: науковці, викладачі, які прагнуть передати інформацію, зацікавити предметом, спонукати до творчого переосмислення фактів і понять та формування власної думки, і студенти або інші зацікавлені особи, метою яких є засвоєння цієї інформації, отримання нового знання про предмет.

Дидактичний дискурс представлений різними типами текстів: навчальною літературою (підручниками, методичними вказівками, конспектами лекцій), анотаціями, (авто)рефератами, рецензіями, матеріалами наукових конференцій, тезами доповідей та ін. Усі вони характеризуються спільними авторськими інтенціями.

У певних соціокультурних умовах, перед створенням повідомлення у автора формується інтенція, відповідно до якої він обирає та комбінує мовні одиниці, визначається із необхідним функціональним стилем і оформлює висловлювання [6, с. 253]. Автор може прогнозувати стан співбесідника, його налаштування на сприймання інформації, передбачати рівень його освіти і сфери інтересів, що зумовлює вибір тих чи інших комунікативних складових майбутнього висловлювання. Особливості викладення інформації, відбір мовних засобів, таким чином, залежать від комунікативно-прагматичної стратегії автора.

Проведене дослідження показало, що зазвичай автори дидактичних текстів вдаються до таких стратегій: атракція уваги до повідомлюваної інформації, полегшення декодування інформації, апеляція до життєвого досвіду адресата, акцентуація деталей і вияв авторської позиції.

Реалізація зазначених стратегій здійснюється за допомогою найрізноманітніших засобів, як вербальних, так і невербальних (графічних). Варто зауважити, що не всі тексти мають однаковий набір засобів. Слід урахувати, що викладення наукової інформації залежить від багатьох змінних факторів: тематики повідомлення, конкретних завдань певного тексту, настанов і переконань автора, умов створення висловлювання тощо. У будь-якому випадку

при вмілому «використанні різноманітних індивідуально-авторських мовленнєвих засобів сприйняття наукового тексту полегшується, що робить актуальним аналіз способів адаптації наукових знань лінгвістичними засобами» [7, с. 83].

Продуценти дидактичних текстів використовують всі можливі мовні засоби для створення сприятливих умов для сприймання та запам'ятовування інформації. У цьому в значній мірі при нагоді стають засоби виразності, експресивні та образні елементи, в яких закладена певна оцінка предмета, що описується. Як різновид наукового дискурсу, дидактичний дискурс тяжіє до максимальної об'єктивності, послідовності та логічності викладення. На такому фоні виразність стає більш ефективною і дозволяє апелювати як до інтелектуальної, так і до емоційної сфери реципієнтів.

Розглянемо детальніше мовні (і позамовні) маркери, що вказують на певні прагматичні стратегії. Атракція уваги до повідомлюваної інформації досягається завдяки використанню низки емоційно-експресивних засобів: емпатичних одиниць (фатичних інтенсифікаторів), риторичних запитань і гіпофори, повторів, анафори, емпатичних конструкцій, антитези, метафори, персоніфікації, гіперболи, каламбуру, фразеологізмів, графічних виділень.

Навіть структура дидактичних текстів розрахована на те, щоб максимально забезпечити уважне сприймання інформації. У сильній позиції, на початку кожного розділу підручника автор звертається до читачів, долучаючи їх до активного спілкування, розкриває мету, зацікавлює предметом, апелює до попереднього досвіду:

You likely have a general concept of what accountants do (4, с.1) – звертання до попереднього досвіду.

It seems fitting to begin with a more formal definition of accounting (4, с.1) – залучання до співрозмови.

You will soon discover that there is an ingenious answer to this question! (4, с.14) – використовується риторичний оклик з метою привернути увагу до певної проблеми.

As a student, you can probably think of many things you wish you could do over. You may have

taken an exam and regretted some stupid mistake. You knew the material but fumbled in your execution. Or, maybe you did not really know the material; your judgment about how much to study left you doomed from the start! Business people will experience similar feelings (4, с. 361) – апелювання до попереднього досвіду, порівняння буденних понять із тими, що пояснюються у підручнику.

Привертанню та утриманню уваги сприяють також окличні речення, гіпофори та риторичні питання. На відміну від риторичного питання, гіпофора передбачає відповідь, але вона надається пізніше, що забезпечує активізацію мислення. За допомогою окличних речень автор дидактичного тексту акцентує важливі деталі свого повідомлення, на які читач самостійно, можливо б, не звернув уваги.

Різноманітні візуально-графічні засоби допомагають не тільки привернути увагу, але й максимально полегшити декодування інформації. Вони акцентують істотні моменти наукової роботи, чим забезпечують адекватне та недвозначне розуміння інформації. У свою чергу, поєднання власне вербальних та невербальних складових тексту, створює єдину гармонійну картину дискурсу. В економічних текстах використовуються різні шрифти та інтервали; різними кольорами виділяються окремі частини тексту або слова; таблиці, діаграми, схеми, графіки у поєднанні з гумористичними малюнками, ілюстрації та фотографії.

Ще однією із особливостей англомовних економічних дидактичних текстів є забезпечення переривчастості у сприйманні інформації, завдяки чому підтримується зацікавленість [2]. Для забезпечення цього застосовують ритмічне чергування інформаційно наповнених та інформаційно бідних уривків. Таке чергування здійснюється наведенням прикладів, які зіставляють явища науки з явищами побуту, затримкою розвитку теми, уведенням розмовних конструкцій:

Let's begin by having you think about controlling your car (aka "driving")! Your steering, acceleration, and braking are not random; they are careful corrective responses to constant monitoring of many variables – other traffic, road conditions, destination, and so forth. Clearly, each action on your part is in response to you having

monitored conditions and adopted an adjusting response. Likewise, business managers must rely on systematic monitoring tools to maintain awareness of where the business is headed (4, с. 240).

Зацікавленість підтримується також і влучно використаним (часто трансформованим) фразеологізмом, який активізує увагу читача, залучаючи його до інференційної діяльності: *At best, the first stage is a tentative idea, sometimes a leap in the dark, an idea we want to test out* (3, с. 14).

Увага реципієнтів зазвичай привертається до певних деталей, які треба підкреслити, акцентувати, певним чином охарактеризувати. З цією метою використовуються емпатичні конструкції, інверсія, лексичні і синтаксичні повтори, гіпербола і метонімія. Вказані засоби забезпечують виокремлення логічно важливих частин тексту.

У будь-якому висловлюванні мають місце емоції того, хто говорить, його ставлення до проблеми, події або явища. Отже, в кожному фразі мовець вкладає свої думки та почуття. Автори наукових текстів виражають свої інтенції, симпатії, антипатії та інші «емотивно-модусні кваліфікації світу, що зображується» [7, с. 15]. Авторська позиція щодо економічних подій може яскраво передаватися такими засобами: іронія, метонімія, епітет, перифраз, емпатична конструкція із дієсловом *do(es)*. Ставлення автора до важливості проблеми передається за допомогою прикметників і прислівників з аксіологічним компонентом:

A business should carefully consider the credit history of a potential credit customer, and be certain that good business practices are not abandoned in the zeal to make sales. ... Oftentimes, it becomes necessary to secure payment in advance or receive some other substantial guarantee such as a letter of credit from an independent bank. All of these steps are normal business practices, and no apologies are needed for making inquiries into the creditworthiness of potential customers (4, с. 95).

Авторські оцінки можуть існувати і у вигляді вставок, додаткових висновків, прислівників міри та ступеню (*enough, nearly, almost, very, too*) або способу дії (*easily, importantly*), прикметників та іменників із оцінним значенням:

Surely it is quite straightforward to write them (3, с.66).

You will soon discover that there is an ingenious answer to this question! (4, с.14).

Nonetheless, I find it useful to think about the rationale of this kind of procedure with the band-pass result in mind (2, с.95).

Research is a messy activity! (3, с. 13).

Комунікативна настанова переконання досягається шляхом встановлення особистих довірливих стосунків з реципієнтом, що виявляється у звертаннях до читачів, до їхнього досвіду, знань та почуттів: *You likely have a general concept of what accountants do* (4, с. 1).

Following the financial crisis, you could be forgiven for thinking that jobs in the sector are best avoided (1, с. 2).

You may have some work experience, and if you do, you know that the amount you receive is not the amount you have earned (4, с. 17).

Така ж мета досягається шляхом використання розмовної лексики: *Bryman and Bell (2003 p101) suggest the law of diminishing returns kicks in at around a sample size of 1000* (3, с. 51).

You could try to crank out a $(L)^{-1} b (L)$ directly, but that's not much fun (2, с. 19).

Деякі автори підручників ведуть розмову від першої особи множини, що дозволяє долучити читачів до спільного міркування над проблемою, робить їх активними співрозмовниками. Такі структури з неозначеними особовими займенниками *you, we, us* імітують діалог з адресатом:

We must also analyse our data with great care in a systematic way. The rigour of our analysis will have a major effect on whether our research results are valid or not (3, с.10).

Полегшення декодування інформації найчастіше реалізується в основному за допомогою порівнянь і візуально-графічних засобів. Метафори в дидактичному економічному дискурсі виконують експланаторну функцію, пояснюючи складні поняття за допомогою вже зна-

йомих: *Prediction is interesting for a variety of reasons. First, it is one of the few rationalizations for time-series to be a subject of its own, divorced from economics* (2, с. 31).

Під час створення повідомлення автор передбачає наявність певних попередніх знань реципієнта і спирається на них. Апеляція до життєвого досвіду досягається такими засобами, як метонімія (слово чи словосполучення використовуються для позначення цілої ситуації, яку реципієнту треба згадати для адекватного сприйняття нової інформації), порівняння, алюзія (натяк на літературний, історичний, міфологічний чи політичний факт, закріплений у текстовій культурі, знання якого потрібно для розуміння тексту). Тут варто зазначити, що декодування імпліцитної інформації може стати проблемою, якщо фонові знання адресата й адресанта значно різняться.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Науково-дидактичний економічний дискурс становить складне комунікативне ціле із специфічним набором прагматичних чинників, що зумовлює актуалізацію особливих прагматичних стратегій у процесі навчання. Серед основних стратегій виділяємо атракцію уваги до повідомлюваної інформації, полегшення декодування інформації, апеляцію до життєвого досвіду адресата, акцентуацію деталей і вияв авторської позиції. Мовні індикатори й позамовні засоби, спрямовані на реалізацію цих стратегій, гармонійно поєднуються продуцентами у найрізноманітніші комбінації задля більш ефективного досягнення поставлених цілей (передачі інформації, формуванні власної думки стосовно предмета вивчення, виведення певних висновків тощо).

Перспективою подальших досліджень може стати більш детальне вивчення різних типів науково-дидактичних текстів з огляду на особливості реалізації комунікативно-прагматичних стратегій у них.

ЛІТЕРАТУРА

1. Безугла Л. Р. Лінгвопрагматика дискримінації у публіцистичному дискурсі / Л.Р. Безугла, І. О. Романченко. – Харків : ФОП Лисенко І. Б., 2013. – 182 с.
2. Дядюра Г. Образність як засіб діалогічності науково-популярного тексту [Електронний ресурс] / Г. Дядюра. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1078>
3. Ільченко О. М. Етикетизація англо-американського наукового дискурсу : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04 / Ільченко Ольга Михайлівна. – К., 2002. – 421 с.

4. Куц Е. О. Лінгвальні засоби вираження етнічних упереджень у дискурсі британських консерваторів (на матеріалі інтернет-джерел із питань імміграції) : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Е. О. Куц. –Одес. нац. ун-т ім. І.І.Мечникова. – Одеса, 2009. – 20 с.

5. Логачев С. А. Политический фельетон в семантико-прагматическом аспекте : на материале немецкой публицистики : дисс ... канд. филол. н. : 10.02.04 / Сергей Андреевич Логачев. – Спб., 2009. – 228 с.

6. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. – Винница : Нова Книга, 2009. – 272 с.

7. Томашевская К. В. Лексическое представление языковой личности в современном экономическом дискурсе / К. В. Томашевская. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та экономики и финансов, 1998. – 134 с.

8. Тходоровська С. В. Ідеологічний дискурс англомовної преси (лінгвокогнітивні аспекти): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / С. В. Тхоровська. – Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. — Львів, 2010. – 17 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Careers in Banking & Finance [Electronic resource]. – 2009-2010. – 80 p. – Access mode: efinancialcareers.com/students

2. Cochrane J. H. Time Series for Macroeconomics and Finance / J. H. Cochrane. – Chicago : University of Chicago, 2005. – 136 p.

3. Greener S. Business Research Methods [Electronic resource] / S. Greener. – 2008. – 110 p. – Access mode: www.bookboon.com

4. Walther L. M. The Principles of Accounting [Electronic resource] / L. M. Walter. – 2001. – 376 p. – Access mode: www.principlesofaccounting.com