

*Serdiichuk Larysa Petrivna,
Zytomyr Ivan Franko State University,
Institute of Foreign Philology, lecturer
E-mail: lserdiychuk@ukr.net*

Pragmatic parameters of the discourse of Nobel laureates' autobiographies.

Abstract: The article deals with the results of the study of pragmatic characteristics as seen in the discourse of Nobel laureates' autobiographies. Strategic and tactic features of the given discourse are analyzed as well as the means of their realization.

Key words: autobiography, autobiographic discourse, communicative strategy, communicative tactics, intention.

*Сердийчук Лариса Петровна,
Житомирский государственный университет им. Ивана Франко,
институт иностранной филологии, преподаватель
E-mail: lserdiychuk@ukr.net*

Прагматические параметры дискурса автобиографий нобелевских лауреатов.

Аннотация: Статья посвящается результатам исследования прагматических характеристик дискурса автобиографий нобелевских лауреатов. Исследуются стратегические и тактические особенности данного дискурса и способы их реализации.

Ключевые слова: автобиография, автобиографический дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, интенция.

Дискурс автобиографий нобелевских лауреатов изучается нами на материале текстов 88 автобиографий лауреатов Нобелевской премии в области физики и химии, являющихся носителями английского языка, присланные ими по запросу Нобелевского комитета с 1972 по 2015 год (общий объем автобиографий – 244625 слов). Следует отметить, что указанный материал еще не был объектом лингвистического изучения, поэтому его анализ представляется весьма **актуальным**, равно как и его прагматические характеристики.

Интерес к прагматическим параметрам дискурса автобиографий нобелевских лауреатов объясняется, в первую очередь, его онтологической интенциональностью: авторы-лауреаты безусловно выполняют определенное задание, описывая свою биографию и представляя ее на официальный сайт Нобелевского комитета. Интенция рассматривается в современной лингвистике как онтологическая черта любого высказывания, как прагматическое программирование, которое детерминирует первичный стратегический вектор его конструирования [8, 59], поэтому интенциональность логично находит выражение в стратегическом аспекте речи, одном из основных аспектов прагматического изучения системы высказываний, которыми, собственно, и является дискурс.

В изучении стратегического аспекта дискурса автобиографий нобелевских лауреатов мы исходим из общепринятых в международном языкознании понятий о том, что коммуникативная стратегия детерминирует основное задание и генеральную интенцию речевого общения (теста и дискурса), а коммуникативная тактика представляет собой решение одного из заданий в рамках избранной коммуникативной стратегии; то есть, коммуникативная тактика рассматривается как прием для осуществления коммуникативной стратегии, выбор речевого действия (коммуникативного хода) на определенном этапе общения или развертывания избранного речевого жанра [3, 51-52; 5, 177; 7].

Использование коммуникативных стратегий автобиографами-лауреатами детерминировано основной целью автобиографий – презентовать себя и свою жизнь; и конкретизировано в частных задачах – представить развернутое жизнеописание себя как человека с определенными жизненными достижениями, показать преимущества своего образа жизни и своих взглядов на научную деятельность. Поскольку информирование является главной генерализирующей интенцией исследуемых автобиографий, выделенные нами коммуникативные стратегии в дискурсе автобиографий нобелевских лауреатов можно определить как кооперативные неконфликтные стратегии. Используя положения классификации коммуникативных стратегий А. Д. Беловой [1, 14], коммуникативные стратегии в дискурсе автобиографий нобелевских лауреатов определяем как универсальные индивидуальные вербальные информативные адресатно-ориентированные кооперативные стратегии.

Изучение коммуникативных стратегий в дискурсе автобиографий нобелевских лауреатов основано на описании вербальных стратегий в межличностном общении, среди которых выделяются главные стратегии: самораскрытия, самоутверждения и самовыражения. Исследуя мотивы дискурсивного взаимодействия, Я. А. Бондаренко выделяет такие его основные мотивы как самовыражение и самоутверждения [2, 5]. Материал проведенного нами анализа позволяет утверждать, что основными стратегиями автобиографического дискурса являются стратегия самовыражения и стратегия самоутверждения, которые мы рассматриваем как глобальные стратегии дискурса автобиографий нобелевских лауреатов.

Глобальная стратегия самовыражения рассматривается в данной статье как реализация собственной уникальной личности автобиографа, практическое проявление творческого процесса, присущего авторам. При изучении дискурса автобиографий нобелевских лауреатов было установлено, что внутри вышеупомянутой глобальной стратегии можно выделить две следующие локальные стратегии: *положительной самопрезентации* и

самоидентификации. Стратегия положительной саморепрезентации, оказавшаяся наиболее характерной для исследуемого дискурса, рассматривается как руководимая сознательная передача собеседнику определенной информации о себе. Было установлено, что данная стратегия реализуется в дискурсе автобиографий нобелевских лауреатов при помощи пяти тактик, которые уже рассматривались в одной из наших публикаций [6]. В настоящей работе мы остановимся более подробно на анализе реализации стратегии самоидентификации. Эта стратегия трактуется как процесс осознания говорящим / автором того, что отождествляет его с определенной социальной группой или категорией, с определенным классом или уровнем [4]. Принимая во внимание научную и социальную роль нобелевских лауреатов, считаем, что стратегия самоидентификации как презентации собственного 'я' представляется характерной для дискурса автобиографий нобелевских лауреатов. Анализ показал, что стратегия реализуется посредством двух тактик: тактики отождествления с окружающими и тактики выражения общности с коллегами-учеными.

1. *Тактику отождествления с окружающими* определяем как тактику, с помощью которой происходит позиционирование автобиографа как члена человеческой и гражданской общности, подчеркивается, что он – один из рядовых граждан. Среди языковых и речевых средств реализации данной тактики отмечены:

- Употребление инклюзивных местоимений первого лица множественного числа *we* и *our*, что подчеркивает принадлежность автора к общечеловеческому большинству, например: “ ... *If we fail to teach our children the skills they need to think clearly, they will march behind whatever guru wears the shiniest cloak*” [Paul D. Boyer].

- Употребление описательного приема 'такой как все, один из многих', как в следующем фрагменте: “*I did not like exams or homework any more than other kids*” [Sir Harold W. Kroto]. Прагматической сущностью данной тактики

является созданием автором того факта, что он близок к читателю и социуму в целом, принадлежит к нему без всякого личностного выделения.

2. *Тактику демонстрации самоидентификации с коллегами* определяем как определенную методику, применяемую автором для идентификации собственного места в научном мире. Средствами актуализации названной тактики выступают:

- Употребление местоимений коллективного творчества *we* и *our*, что реализует отождествление автора с другими учеными и придает ему вес в глазах адресата, например: “ *We used this to probe the structure and molecular dynamics of large aromatic molecules... We also developed a means of producing fragments of polyatomic molecules*” [Richard E. Smalley].

- Упоминание собственного имени в одном контексте с именами других известных людей, что ставит автора на одну ступень с корифеями: “*Seeing your name alongside the likes of Henry Ford, Thomas Edison and the Wright Brothers is a very humbling experience*” [Jack S. Kilby];

- Положительное оценивание коллег и сотрудников при помощи употребления лексем положительной семантики, описывающих их деловые и научные качества: “*Dudley Herschbach was [...] the most brilliant intellect I had encountered in someone my own age.*” [Robert F. Curl Jr.].

Глобальная стратегия самоутверждения, которая рассматривается как реализация потребности автобиографа в самоактуализации, в признании своей ценности и значимости, является характерной для дискурса автобиографий нобелевских лауреатов и реализуется посредством локальных стратегий *направленности на адресата, демонстрации личностного роста и снижения категоричности дискурса.*

Наиболее типичной из них оказалась *стратегия демонстрации личного роста*, которая реализуется при помощи двух коммуникативных тактик: тактики сравнения и тактики демонстрации эволюционного характера событий.

1. *Тактика сравнения* основана на операции логического сравнения уровня прошлых и настоящих успехов автобиографа. Типичным для данной тактики является использование смыслового контраста, который строится на сопоставлении актов, событий и результатов, выступающих как убедительные аргументы, например: “*It was a heady day for me when we moved into a house that had a central heating system instead of just a wood stove and had an actual paved street out front!*” [Carl E. Wieman] – объектами сравнения выступают условия жизни автобиографа, улучшение которых стало следствием его профессиональных успехов.

2. *Тактика демонстрации эволюционного характера событий* основана на манере подачи фактов, касающихся профессионального роста ученого, в хронологическом порядке и рассчитана на способность читателя додумывать и делать логические выводы из информации автобиографий, например: “*Probably the most significant occurrence in my education came when, as a soldier in the U.S. Army in WWII, I was sent to Los Alamos, New Mexico, to work on the Manhattan Project. The work I did there under the direction of Ernest Titterton, a member of the British Mission, was highly stimulating*” [Val Logsdon Fitch]. Высокая положительная оценка названных во фрагменте событий, выраженная эпитетами, указывает на их важность в профессиональной эволюции автобиографа и служит выполнению анализируемой коммуникативной тактики.

Изложенное выше свидетельствует о значительном стратегическом и тактическом потенциале дискурса автобиографий нобелевских лауреатов и о разнообразии прагматических характеристик изучаемого дискурса. Предложенное направление исследования может быть применено в анализе прагматического аспекта других разновидностей жанров и подвидов автобиографического и авторского дискурса.

Список литературы:

1. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики / А. Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. – К.: Логос, 2004. – Вип.10. – С. 11–16.
2. Бондаренко Я. О. Дискурс акцентуєваних мовних особистостей: комунікативно-когнітивний аспект (на матеріалі персонажного мовлення в сучасній американській художній прозі): автореф. ... канд. філол. наук : 10.02.04 “Германські мови” /Я. О. Бондаренко. – К., 2002. – 20 с.
3. Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Лаппо Н. Д. Самоидентификация и самопрезентация в разных типах дискурса. – 2012. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.nsu.ru/xmlui/bitstream/handle/nsu/3327/11.pdf>
5. Приходько Г. І. Текст і дискурс у світлі когнітивної науки / Г. І. Приходько. – Черкаси : ЧДТУ, 2002. – 245 с.
6. Сердїйчук Л. П. Стратегія позитивної самопрезентації в автобіографіях лауреатів Нобелівської премії / Л. П.Сердїйчук // Вісник ЖДУ ім. Івана Франка. – Випуск № 3 (69). - Житомир, 2013 . – С. 308 -311.
7. Славова Л. Л. Комунікативні стратегії та тактики у сучасному масмедійному політичному дискурсі: зіставний аспект (на матеріалі українських та американських Інтернет-джерел). – 2010. – (Електронний ресурс). – Режим доступу: [http:// studentam.net.ua/content/view/8826/97](http://studentam.net.ua/content/view/8826/97)
8. Худяков А. А. Прагматика: переосмысление термина в свете новых лингвистических идей /А. А. Худяков // Проблемы теории европейских языков – Вып.10. – СПб: Тригон, 2001. – С.51-61.