

НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ТАКТИК ИНТЕРПРЕТАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТАТЕЙ ПО ТЕОРИИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА)

В статье рассматриваются национально-культурные особенности самопрезентации адресанта, реализующейся через содержательно-смысловые тактики интерпретации результатов исследования в англоязычном и русскоязычном письменном научном дискурсе. Приводится классификация приемов, составляющих данные тактики, и прослеживается проявление в них характеристик лингвокультур, выделенных Э. Холлом и Г. Хофстеде.

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

Утвердившийся в последние десятилетия в науках о вербальном общении антропоцентрический подход, тенденция их интегрирования в единую науку на основе исследования языка в его реальном функционировании, а также потребности практики межкультурного общения привели к интенсивному развитию ряда исследовательских парадигм, в числе которых коммуникативно-прагматическая и межкультурная парадигмы. Многочисленные междисциплинарные (коммуникативно-прагматические и межкультурные) исследования различных дискурсов – рекламного (И. Г. Черкасова, Ю. Н. Горелова), бизнес-дискурса (А. В. Алексеева, Л. А. Кочетова, О. Н. Рыбакова, А. Г. Халатян), интернет-дискурса (У Баоянь), обиходно-бытового и педагогического дискурса (И. В. Певнева) – затрагивают национальную специфику коммуникативного поведения, отражающуюся, в первую очередь, в культурной маркированности коммуникативных стратегий.

Несмотря на то, что постулируемое современной теорией межкультурной коммуникации утверждение необходимости описания национально-культурных особенностей коммуникативного поведения в связи с культурно-обусловленными "картинами мира" коммуникантов восходит еще к идеям В. фон Гумбольдта и в течение многих десятилетий развивается в лингвистике и смежных науках, анализ национальных особенностей коммуникативного поведения далек от завершения. Так, несомненный пробел в исследованиях представляет собой англоязычный научный дискурс, незначительная освещенность национальной специфики которого может быть объяснена рядом факторов, влияние которых, как было принято считать, исключает ее проявление в научном дискурсе. Во-первых, институциональный, статусно-ориентированный характер научного дискурса определяет регламентированность унифицированными интернациональными нормами и конвенциями, снижающими его национально-культурную маркированность. Во-вторых, ряд общих для разных культур норм научного общения совпадает с некоторыми характеристиками национального коммуникативного стиля англоязычного дискурса: так, коммуникативное смягчение может трактоваться и как проявление универсальных принципа и максим кооперации (Г. П. Грайс) и принципа и максим вежливости (Дж. Лич), вызванное статусным равенством участников научной коммуникации, и как проявление недопустимости в английской лингвокультуре прямого воздействия на адресата [9].

Тем не менее, недавние исследования в рамках лингвистики и смежных наук наметили изменение подхода к проблеме национально-культурной маркированности научного дискурса. Так, Л. В. Куликова, рассматривая в качестве основы коммуникативного поведения языкового сообщества национальный коммуникативный стиль – "устойчивую совокупность коммуникативных представлений, правил и норм, опосредованных культурой как макроконтэкстом коммуникации", выделяет макроконтэкстные (общекультурные), микроконтэкстные (коммуникативно-ситуативные) и институционально-маркированные "стилеформирующие" факторы, определяя последние как факторы, "обуславливающие частные особенности национального коммуникативного стиля в пределах определенного институционального дискурса" [8].

Следует отметить, однако, что концепция национальной специфики коммуникативного поведения в научном дискурсе лишь намечена и нуждается в более подробной разработке. Так, при анализе национально-культурной маркированности многих коммуникативных стратегий научного дискурса – как основных, так и вспомогательных [4, с. 106] – исследователи либо не определяют особенности ее проявления в различных жанрах и различных композиционных частях произведений одного жанра научного дискурса, либо ограничиваются констатацией наиболее общих закономерностей. Особый интерес представляет также исследование национальной специфики тех коммуникативных стратегий научного дискурса, актуализация которых до недавнего времени признавалась необязательной и, следовательно, оставалась недостаточно изученной – в частности, стратегии самопрезентации адресанта.

Целью настоящей статьи является выявление национальной специфики частной коммуникативной стратегии самохарактеризации как составляющей коммуникативной стратегии самопрезентации в

интерпретации результатов исследования в англоязычных и русскоязычных научных статьях по теории менеджмента и маркетинга.

В основу исследования были положены следующие гипотезы: 1) этнокультурная специфика стратегии самохарактеризации как прямой самопрезентации адресанта в интерпретации результатов исследования в научной статье проявляется в особенностях использования содержательно-смысловых тактик интерпретации результатов исследования; 2) национально-культурную маркированность применения этих тактик можно описать через характеристики лингвокультур, выделенные Э. Холлом и Г. Хофстеде.

Материалом исследования послужили 10 англоязычных и 10 русскоязычных статей по теории менеджмента и маркетинга из журналов 'Journal of Management', 'Event Management', 'Managing Service Quality', 'British Journal of Management', 'Journal of Advertising Research', "Управление экономическими системами", "Экономический журнал ВШЭ", "Вестник Санкт-Петербургского университета", "Проблемы современной экономики", "Вестник Пермского университета", "Вестник Томского университета".

В исследовании использовались описательный и гипотетико-индуктивный методы, интроспекция, прагмалингвистический анализ, интерпретация, приемы сплошной выборки и количественного подсчета.

Самопрезентация, определяемая в лингвистике и смежных науках как создание впечатления о себе у окружающих, построение коммуникантом собственного имиджа [3], рассматривается как присущая всем типам дискурса, универсальная категория [4, с. 73]. Тем не менее, самопрезентация адресанта в научном дискурсе долгое время считалась факультативной [6, с. 19]; лишь относительно недавно наметился подход к данному феномену как к обязательному явлению [1; 10].

В рамках этой статьи, коммуникативная стратегия самопрезентации в научном дискурсе определяется как комплекс речевых действий адресанта, основанных на коммуникативной интенции самопрезентации и направленных на создание и поддержание его статуса компетентного лица, т.е. его научного авторитета. В структуре коммуникативной стратегии самопрезентации, на основе полученной Т. А. Кубрак посредством интент-анализа интенциональной структуры самопрезентации [6], образуемой интенцией самохарактеризации и интенцией воздействия на адресанта, представляется целесообразным выделить две составляющих коммуникативной стратегии самопрезентации: частную коммуникативную стратегию самохарактеризации и частную коммуникативную стратегию усиления позитивной самопрезентации (стратегию персуазивного воздействия). Существование второй составляющей самопрезентации подтверждено недавними исследованиями соотносимой с самопрезентацией коммуникативной категории авторитетности, доказавшими возможность сознательной регуляции адресантом авторитетности научного дискурса [2]. Самохарактеризация представляет собой обязательную прямую самопрезентацию адресанта, поскольку основана на его намерении продемонстрировать свой вклад в решение поставленной проблемы и свою включенность в научное сообщество, а связь успешности этой демонстрации с созданием научного авторитета адресанта и, следовательно, с его самопрезентацией, осознается всеми участниками коммуникации. Коммуникативная стратегия самохарактеризации проявляется через коммуникативные тактики, направленные на демонстрацию вклада адресанта в исследование проблемы и коммуникативные тактики следования нормам и конвенциям научного дискурса.

Исследование показало, что в рамках композиционной части "Интерпретация результатов исследования" ('Discussion') самохарактеризация адресанта осуществляется через стандартные содержательно-смысловые тактики интерпретации результатов, а также через прослеживающиеся во всех частях научной статьи стандартные тактики следования нормам и конвенциям научного дискурса. Тактики интерпретации результатов, с одной стороны, направлены на включение полученного нового знания в общую систему знаний в данной области, а с другой, – на демонстрацию личного вклада адресанта в исследование проблемы. Поэтому они могут трактоваться как стандартные тактики создания содержательно-смысловой (а также композиционной) структуры статьи и как тактики самохарактеризации, поскольку способствуют созданию или поддержанию научного авторитета адресанта. К тактикам интерпретации результатов относятся тактика освещения связи полученных результатов с формулировкой проблемы и/или гипотезы исследования, тактика демонстрации доказанности выдвинутой гипотезы, тактика описания методов исследования, тактика констатации расхождения с гипотезой и обоснования его причин, тактика сравнения полученных результатов с результатами других исследований, тактика описания других толкований результатов.

Как известно, национальная специфика тех или иных языковых явлений является отражением в коммуникативном поведении личности типов культуры, наиболее общепринятыми основаниями классификации которых считаются "культурная грамматика" Э. Т. Холла [цит. по 7, с. 109–122] и параметры культуры Г. Хофстеде [там же, с. 122–135], описывающие общепризнанные в определенной культуре ценности. Э. Холл предлагает положить в основу классификаций культур 10 признаков, из которых актуальными для вербального общения считает низкоконтекстность / высококонтекстность (большую или меньшую потребность в детальной информации вследствие неразвитости / развитости в данной культуре неформальной коммуникации), отношение к пространству (дистантность / контактность) и отношение ко времени (монохронность / полихронность). По классификации Э. Холла, английская лингвокультура может быть определена как низкоконтекстная (требующая повышенной детальности изложения в связи с незначительным неформальным общением, типичным для данной культуры), монохронная (характеризуемая выполнением ее носителями одного дела за один временной отрезок, четким порядком выполнения заданий, пунктуальностью, восприятием времени как ценности), дистантная (практически исключая прямое воздействие на адресата) [9]. "Параметры культуры" Г. Хофстеде включают дистанцию власти (демократичность / недемократичность отношений между вышестоящими и

нижестоящими лицами), коллективизм / индивидуализм, терпимость к неопределенности (эмоциональное отношение к неопределенным ситуациям), фемининность / маскулинность (кооперативность / соревновательность). В понимании Г. Хофстеде, английский коммуникативный стиль характеризуется небольшой дистанцией власти (т.е. демократичностью) и индивидуализмом. Русская лингвокультура характеризуется С.В. Куликовой, в соответствии с параметрами Э. Холла и Г. Хофстеде как более высококонтекстная, чем английская, полихронная, более контактная, со значительной дистанцией власти, коллективистская. По параметру "терпимость к неопределенности", эти лингвокультуры имеют сходные показатели [7].

Анализ национальной специфики самохарактеризации адресанта, осуществляемой через тактики интерпретации результатов исследования, выявил следующие особенности данных тактик в англоязычных и русскоязычных статьях по теории менеджмента и маркетинга. Во-первых, для оформления интерпретации исследования в русскоязычных статьях характерно менее жесткое следование тому или иному стандарту и менее жесткое разделение композиционных частей статьи внутри одного стандарта, чем в англоязычных (проявление полихронности русской лингвокультуры). Так, в большей части англоязычных стандартов части 'Results' и 'Discussion' разделены и снабжены заголовками, тогда как в русскоязычных статьях, в том числе в журналах ВАК, традиционно предъявляющих более жесткие требования к оформлению, части "Результаты" и "Интерпретация результатов", как правило, совмещаются независимо от объема статей. Исключения составляют лишь несколько журналов, стандарты которых полностью совпадают со стандартами англоязычных журналов, но даже в них данные композиционные части разделены не во всех случаях. Если эти части в русскоязычных статьях разделены, интерпретация результатов, в большинстве случаев, имеет больший объем, чем часть "Результаты", тогда как в англоязычных статьях она, как правило, меньше части 'Results'. Таким образом, в англоязычных научных статьях акцентируются полученные данные, тогда как в русскоязычных статьях – обобщающие выводы – тенденции, прослеженные В. Б. Колычевой для композиционного пространства естественнонаучной статьи и получившие названия, соответственно, центробежной (индуктивной) и центростремительной (дедуктивной) [5] (в первом случае, композиционное пространство статьи сужается от конкретного к общему, во втором – от общего к конкретному). Данные особенности композиционного пространства сохраняются и в статьях по теории менеджмента и маркетинга и могут быть, на наш взгляд, расценены как проявление низкоконтекстности английской лингвокультуры, требующей повышенной детальности изложения, и высококонтекстности русской лингвокультуры.

Во-вторых, было выявлено проявление характеристик культур Э. Холла и Г. Хофстеде в тактиках интерпретации результатов в англоязычных и русскоязычных статьях, рассматриваемых, в рамках данного исследования, как тактики самохарактеризации адресанта.

Тактика освещения связи полученных результатов с проблемой исследования актуализируется через приемы "изложение проблемы исследования" (сжатом, подчеркнуто объективном изложении проблемы) и/или "изложение гипотезы" и "изложение соответствующих результатов исследования". В англоязычных статьях упоминание проблемы и/или гипотезы исследования в интерпретации результатов можно считать обязательным, поскольку оно присутствует в подавляющем большинстве статей. Национальная специфика данной тактики в англоязычных статьях заключается в четкости, определенности и краткости формулировки проблемы или гипотезы и обязательном прямом указании на связь полученных результатов с конкретной гипотезой, что является проявлением низкоконтекстности и монохронности английской лингвокультуры: *'The present analyses also found that 'fulfilment' had a significant impact on perceived value, thus confirming H3'*. Для русскоязычных статей характерна тенденция опущения формулировки проблемы и гипотезы в начале части "Интерпретация результатов" или меньшей четкости ее формулировки, а также меньшая структурированность изложения основных результатов и зачастую отсутствие констатации связи результатов с проблемой или гипотезой. Так, автор статьи по финансовому менеджменту, формулируя в аннотации цель исследования как определение характера взаимосвязи между финансовым циклом фирмы и целевыми показателями управления оборотным капиталом, начинает раздел "Интерпретация результатов" следующим, достаточно типичным для русскоязычных статей, образом: *"Как отмечалось, управление оборотным капиталом должно быть подчинено иерархической системе целей компании... Цель первого уровня – рост ценности для собственников компании. Цель второго уровня – увеличение рентабельности активов компании при обеспечении требуемого уровня ликвидности. Управление оборотным капиталом позволяет воздействовать как на рентабельность активов, так и на ликвидность компании. Это общеизвестное теоретическое положение нашло в работе эмпирическое подтверждение"*. Абстрактность, нечеткость формулировок и дедуктивный способ изложения, характерные для многих русскоязычных статей, свидетельствуют о проявлении высококонтекстности русской лингвокультуры, а отступления от жесткой содержательно-смысловой структуры статьи – о ее полихронности.

Тактика демонстрации доказанности гипотезы актуализируется, во-первых, в приеме "ссылка на результаты исследования", проявляющемся в наличии и в русскоязычных, и в англоязычных статьях кратких упоминаний результатов в качестве подкрепления теоретического вывода: *"Полученные результаты свидетельствуют о том, что компания имеет возможность принимать различные управленческие решения в области оборотного капитала"*. Другой частотный прием – "ссылка на данные" – проявляется в упоминании фактических данных, приведенных в части "Результаты" ('Results'). Отличие русскоязычных статей от англоязычных в актуализации данной тактики заключается в большей частотности, в среднем, абстрактного упоминания результатов исследования в первых, по сравнению с ссылками на фактические данные (проявление высококонтекстности русской лингвокультуры).

Тактика описания методов исследования, которая иногда применяется англоязычными адресантами в интерпретации результатов исследования с целью акцентирования обоснованности и достоверности результатов и способствует позитивной самопрезентации адресанта, в проанализированном корпусе русскоязычных статей выявлена не была. Этот результат может свидетельствовать либо об исключенности ее применения, либо о ее меньшей частотности и, следовательно, нетипичности, и служит иллюстрацией высококонтекстности русской лингвокультуры, по сравнению с английской.

Тактика констатации расхождения с гипотезой и обоснования его причин является обязательной клишированной содержательно-смысловой тактикой англоязычных научных статей и прослеживается в подавляющем большинстве проанализированных статей. Данная тактика, как правило, состоит из приемов "перечисление возможных причин расхождения с гипотезой" и "обоснование наиболее вероятной причины", направленных на подробное и достоверное представление результатов исследования в соответствии с интернациональными нормами научной коммуникации, что способствует позитивной самопрезентации адресанта: *'Another possible reason for partial support of our hypothesis is simply that limitations to the operationalizations and the small sample size conceal some real relationships'*. Обоснование наиболее вероятной, с точки зрения адресанта, причины расхождения результатов с гипотезой исследования включает в англоязычной научной статье такие наиболее частотные приемы как "объяснение ограничениями эксперимента или формулировки гипотезы", "логическое объяснение", "подкрепление достоверности объяснения ссылками на другие исследования", а зачастую и их комбинацию. В русскоязычных статьях использование данной тактики ограничено отдельными журналами, пользующимися "западными" стандартами. Кроме того, даже в тех случаях, когда данная тактика применяется, объем ее актуализации, по сравнению с англоязычными статьями, значительно меньше, что свидетельствует о высококонтекстности русской и низкоконтекстности английской лингвокультуры.

Тактика сравнения полученных результатов с результатами других исследований заключается в сопоставлении хода и результатов исследования с исследованиями других авторов. В англоязычных научных статьях данная тактика является обязательной и широко используется, проявляясь в приемах "невозможность определения расхождений", "констатация расхождений", "объяснение расхождений", "подкрепление расхождений ссылками на третьего автора", "соответствие результатам других исследований": *'Keeping decision-makers abreast of the developments may make "the wait" more pleasant, as has been indicated by Norman (2009)'*. Служа, с одной стороны, для "вписания" результатов исследования в общую картину знания, а с другой, для акцентирования компетентности адресанта и, следовательно, его позитивной самопрезентации, данная тактика является проявлением индивидуализма, дистантности и низкоконтекстности английской лингвокультуры. В русскоязычных статьях она применяется реже, а объем ее применения меньше, что связано с соответствующими характеристиками русской лингвокультуры. Кроме того, наиболее частотными приемами русскоязычных статей являются "констатация расхождений" и "соответствие результатам других исследований", используемые авторами скорее для акцентирования значимости полученных ими результатов и полемики, чем для установления соответствия результатов общей системе знаний в данной области, что свидетельствует о сознательном применении этих тактик многими русскоязычными авторами для усиления позитивной самопрезентации.

Тактика описания других толкований результатов, широко используемая англоязычными авторами, почти не применяется в русскоязычных статьях, что иллюстрирует, на наш взгляд, индивидуализм и низкоконтекстность английской лингвокультуры, по сравнению с русской: *'As process innovation is essentially about efficiency (Utterback and Abernathy, 1975), letting employees go may also be one component of this'*.

Проведенный сравнительный анализ тактик интерпретации результатов исследования англоязычных и русскоязычных статей по теории менеджмента и маркетинга подтвердил, что самохарактеризация (относительно прямая самопрезентация) адресанта в данной части научной статьи осуществляется через упомянутые содержательно-смысловые коммуникативные тактики. Выявлены национально-специфичные особенности их актуализации, которые могут быть объяснены характеристиками английского и русского коммуникативных стилей в письменном научном дискурсе, определяемыми "параметрами культуры" Г. Хофстеде и "культурной грамматики" Э. Холла. Установлено, что наиболее выражены отличия, связанные с проявлением параметров низкоконтекстность / высококонтекстность, монохронность / полихронность, индивидуализм / коллективизм, дистантность / контактность. Значительных различий по параметрам "дистанция власти" и "фемининность / маскулинность" выявлено не было, что объясняется, вероятно, их нивелированием равными статусными отношениями коммуникантов как в англоязычном, так и в русскоязычном научных дискурсах. Перспективы дальнейших исследований определяются необходимостью изучения национальной специфики актуализации коммуникативной стратегии самопрезентации в целом и самохарактеризации, в частности, в других частях научной статьи.

Использованные источники

1. Баженова Е. А. Научный текст как система субтекстов : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Екатеринбург, 2001. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.dissercat.com>. Дата обращения: 23.06.2014.
2. Болдырева А. А. Категория авторитетности в научном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2006. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.dissercat.com>. Дата обращения: 23.06.2014.

3. Дайнеко П. М. Дискурсивные стратегии самопрезентации в институциональном интернет-общении : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2011. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.dissercat.com>. Дата обращения: 23.06.2014.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактика русской речи / О. С. Иссерс. – М. : КомКнига, 2006. – 288 с.
5. Кольчева В. Б. Универсальное и культурно-специфическое в функциональном стиле английского научного текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Владивосток, 2004. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.dissercat.com>. Дата обращения: 23.06.2014.
6. Кубрак Т. А. Интенция самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации : автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2009. – 26 с.
7. Куликова Л. В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме / Л. В. Куликова. – Краснояр. гос. пед. ун-т им. В. П. Астафьева. – Красноярск, 2006. – 392 с.
8. Куликова Л. В. Коммуникативный стиль как проблема теории межкультурного общения : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Красноярск, 2006. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.dissercat.com>. Дата обращения: 23.06.2014.
9. Ларина Т. А. Английский стиль фатической коммуникации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://rudocs.exdat.com>. Дата обращения 23.06.2014.
10. 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. – С. 29–37.

Заніна О. Л.

**НАЦІОНАЛЬНА СПЕЦИФІКА ТАКТИК
ІНТЕРПРЕТАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ СТАТЕЙ З ТЕОРІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ)**

В статті розглядаються національно-культурні особливості самопрезентації адресанта, що реалізується через змістовно-сміслові тактики інтерпретації результатів дослідження в англійськомовному та російськомовному письмовому науковому дискурсі. Наводиться класифікація прийомів, що складають ці тактики, та простежується вияв у них характеристик лінгвокультур, виділених Е. Холлом і Г. Хофстеде.

Ключові слова: комунікативна стратегія самопрезентації, комунікативна стратегія самохарактеризації, національна комунікативна поведінка, писемний науковий дискурс.

Zanina E. L.

**NATIONAL SPECIFICITY OF DISCUSSION TACTICS
(IN ENGLISH-LANGUAGE
AND RUSSIAN-LANGUAGE ARTICLES ON THEORY
OF MANAGEMENT AND MARKETING)**

Considered in the article are the ethnocultural characteristics of addresser's self-presentation realized through contentive-semantic discussion tactics in English-language and Russian-language written scientific discourse. A set of techniques constituting these tactics is suggested. The article traces the way some characteristics of linguacultures described by E. Hall and G. Hofstede are substantiated in these techniques.

Key words: self-presentation communicative strategy, self-characterization communicative strategy, national communicative behavior, written scientific discourse.

Стаття надійшла до редакції 08.07.14