

---

## **ТИПИ КОМУНІКАНТІВ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ДИСКУРСУ**

Маслова Т. Б. (м. Київ)

У дихотомії персонального та інституційного дискурсів, яку запропонував російський дослідник В.І. Карасик, однією з класифікаційних ознак є учасники спілкування, які виступають або як особистості у всьому багатстві свого внутрішнього світу, або як представники певного соціального інституту (освіта, медицина, право тощо). Визначаючи науковий дискурс як взаємодію комунікантів в межах інституту науки з метою реалізації відповідних статусно-

---

---

рольових амплуа, В.І. Карасик додає, що реляційна пара «агент – клієнт», яка традиційно використовується для окреслення ролі учасників різних видів інституційних дискурсів, у цьому випадку потребує модифікації. Насправді, науковець виконує різні комунікативні завдання, тому його характеристика як «агента», тобто представника суспільного інституту, може набувати вигляду вченого-дослідника, вченого-експерта, вченого-педагога. З іншого боку, «клієнтом», тобто адресатом, може бути науковець-колега, вчений-початківець, нефахівець і т.п. [1].

Слід зазначити, що у закордонних дослідженнях інституційних дискурсів лінгвісти спочатку вивчали усне спілкування саме представника інституту і непрофесіонала, але згодом звернули увагу на взаємодію представників різних професій, як в усній так і письмовій формі комунікації [3, с. 284]. В результаті, все частіше використовується термін «професійний дискурс», який зокрема включає:

- 1) спілкування спеціалістів одного фаху;
- 2) спілкування представників різних професій;
- 3) взаємодію професіонала і клієнта [4, с. 114].

У структурі професійного дискурсу за І.А. Колесніковою простежується принцип ієрархії відповідно до фахової компетентності адресата і виділяються три зони комунікації – власне професійна, перехідна і псевдопрофесійна. Власне професійна зона передбачає продукування нових знань і адресатом є добре обізнаний фахівець, який володіє вузькогалузевою термінологією і зацікавлений в отриманні вичерпної спеціалізованої інформації. У перехідній зоні відбувається передача, поширення професійних знань і тому, орієнтуючись на узагальненого адресата, інформація дещо популяризується і викладається у легкій для розуміння формі. Псевдопрофесійна зона реалізується через опис характеристик героїв або ситуацій у художніх, псевдонаукових, наприклад рекламних, та інших текстах. Адресат може бути знайомий із даною

---

---

професійною тематикою, але в будь-якому разі замість донесення інформації та досягнення порозуміння на перший план у комунікативному процесі виходить емотивний аспект [2, с. 429-431].

Отже, вважаючи науковий дискурс за один з типів інституційного дискурсу, об'єктом дослідження є його особливості, які обумовлює інституційна практика (регламент, вимоги, стандарти) [5, с. 15]. У зв'язку з цим, лінгвістів іноді більш цікавить мова гуманітарних наук, яка є менш формалізована, ніж технічних. Це справді так, якщо розглядати згадану вище власне професійну зону. Вочевидь, сучасний науково-технічний дискурс, який є надзвичайно актуальним через швидкі темпи розвитку технологій та глобалізації, не слід обмежувати рамками інституційності, а натомість розглянути палітру комунікантів із різним рівнем фахової компетентності, адже в залежності від мети, комунікативної ситуації та учасників дискурсу професійно-орієнтована інформація «упаковується» у тексти різних жанрів і для впливу на адресата обираються різні стратегії.

#### **Література:**

1. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: [сб. науч. тр.]. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5-20.
2. Колеснікова І.А. Деякі аспекти специфіки архітектоніки професійного дискурсу / І.А. Колеснікова // *Studia Linguistica*: зб. наук. праць. Випуск 4. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2010. – С. 428-432.
3. Cheng W., Kong K. Professional Communication: Collaboration between Academics and Practitioners / Winnie Cheng, Kenneth C.C. Kong. – Hong Kong University Press, 2009. – 256 p.
4. International Encyclopedia of Linguistics. 2nd ed. Volume 4. – OUP, 2003 – 525 p.
5. Schnurr S. Exploring Professional Communication: Language in Action / Stephanie Schnurr. – Routledge, 2013. – 241 p.