

**ЛИНГВОКОММУНИКАТИВНЫЕ СТРУКТУРЫ ТРАНСЛЯЦИИ ОПЫТА В
УСТНОМ НАРРАТИВЕ.
LINGVO-COMMUNICATIVE STRUCTURES OF EXPERIENCE TRANSLATION
IN ORAL NARRATIVE**

**Лесков А.А.,
Сибирский федеральный университет
Института филологии и языковой коммуникации**

Аннотация

В статье предлагается модель формализации опыта, сформированная на основе анализа корпуса интервью со студентами СФУ, прошедшими обучение в партнерских университетах Испании. Проанализированы коммуникативные стратегии и формы трансляции опыта в устном нарративе. Теоретической основой исследования является предположение о том, что знание помогает решать проблемы. Прикладными задачами работы являются создание базы знаний по обучению в Испании и, в перспективе, разработка модели автоматического поиска опыта в сети Интернет в соответствии с концепцией управления опытом.

Author:

Alexander Leskov (graduate student of the Institute of Philology and Language Communication of Siberian Federal University)

Abstract

The article presents a model of experience formalization based on the analysis of the interview corpus with the SFU student who studied in the partner universities of Spain. It analyses the communicative strategies and forms of experience translation in oral narrative. The theoretical base of the research is the assumption that knowledge helps to solve problems. The applied tasks are creating a knowledge base on studying in Spain and in perspective the development of an automatic experience search in the Internet in accordance with the experience management conception.

Предмет и цель исследования

В магистерской диссертации в сфере прикладной лингвистики анализируются с лингвистической точки зрения концепты опыт и знание. Основной вопрос, на который призвано ответить исследование, достаточно прост: как опытное знание вербализуется в коммуникативных практиках его передачи? Теоретической задачей является создание формальной модели опыта, транслируемого в устном нарративе. Материалом исследования явился корпус интервью, созданный в результате качественного интервьюирования студентов СФУ, прошедших обучение в партнерских университетах Испании. Одной из прикладных задач исследования является создание базы знаний по обучению в Испании, аккумулирующей опыт и знания с целью последующего их использования. В основе статьи лежит, с одной стороны, концепция, опирающаяся на модель, разработанную в социологии знания [Бергер / Лукман 1995], с другой стороны, на теории управления знанием и опытом (knowledge management and experience management).

Использованы методы: идентификации коммуникативных стратегий, конверсационный анализа (анализ действий, реализуемых в коммуникации «интервьюер – респондент»), модель презентации социальных акций.

Знание и опыт

Поскольку предметом исследования являются опыт и знание, представляющие собой не лингвистические, но предельно общенаучные метапонятия, имеющие обширную историю исследования в эпистемологии, нами были проанализированы основные модели знания, разработанные на протяжении эпистемологической истории. Надо отметить, что представление о знании претерпевало большое количество трансформаций на пути от Парменида, утверждавшего, что истинным знанием может обладать только Бог, а любое человеческое знание обусловлено языком [Доброхотов 1980], через средневековую эпистемологию, постулировавшую, что истинное знание содержится только в Библии и не может быть получено опытным путем [Майоров 1979], через эмпиризм Дж. Локка, утверждавшего, что «Нет в разуме ничего, чего раньше не было бы в чувствах» [Зайченко 1988], к современной социологии знания.

За рабочую концепцию принята модель, разработанная в социологии знания, в которой знание конструируется в результате социального взаимодействия и служит для решения проблем, возникающих в процессе этого взаимодействия [Бергер / Лукман 1995]. Согласно данной модели, существуют тривиальные проблемы, которые были многократно решены ранее – их решение существует в виде седиментированного (осажденного) знания – и проблемы нетривиальные, решение которых возможно только в результате приобретения нового, опытного знания. Любое седиментированное знание первоначально было опытным знанием – опытное знание кристаллизуется в процесс многократной повторяемости проблемы в социальных практиках.

В начале XXI века были разработаны системы управления знанием, включающие полный цикл работы с ним [Bergmann 2002]:

- 1) Идентификация (identify);
- 2) Формализация (capture);
- 3) Отбор релевантного знания (select);
- 4) Сохранение (store);
- 5) Обеспечение доступности (share);
- 6) Применение (apply);
- 7) Генерация нового знания (create);
- 8) Продажа (sell).

Согласно теории управления знанием наиболее эффективной схемой работы с ним является создание базы знаний, которая пополняется участниками, имеющими к ней доступ, а также является для них источником знаний, поставляемых другими участниками.

Примером такой базы знаний в силу специфики современной информационной коммуникации сегодня является в широком смысле глобальная сеть Интернет, в узком смысле, например, Википедия, представляющая собой некий открытый пул знаний, доступ как к пополнению, так и использованию которой предоставляется всему множеству пользователей «всемирной паутины».

Предлагаемая в настоящем исследовании лингвистическая модель опытного знания отвечает задачам первых двух этапов цикла обработки знания: его идентификации и формализации. С одной стороны, происходит коллекционирование знания в виде корпуса интервью, с другой стороны, на основе отобранных транскриптов, идентифицированных как трансляция опытного знания, разрабатывается его формальная модель

Лингвистическая формализация процесса трансляции опыта. Уровни анализа

Явление трансляция опыта может рассматриваться с разных точек зрения: с точки зрения теории познания, социологии знания, теории управления и др. наук. Мы

моделируем этот процесс с точки зрения коммуникативной лингвистики и пользуемся соответствующим понятийным аппаратом для вскрытия лингвистической сущности данного процесса, который, вне всякого сомнения, представляет собой процесс вербального взаимодействия. В нашем случае оно протекало в формате качественного интервью. Интервью служило цели идентификации знания (первый этап работы по управлению знанием/опытом).

Идентификация знания

Анализ материала велся на следующих уровнях организации вербального взаимодействия. Модель предлагает совокупность обнаруженных на основе анализа материала языковых явлений, определенных как трансляция опыта и знания. Данные явления выделены на трех уровнях:

- 1) формы передачи знания;
- 2) коммуникативная организация трансляции опыта:
 - 2.1) Реализуемые коммуникативные стратегии,
 - 2.2) Коммуникативные действия (ходы), совершаемые в рамках данных манифестирующих стратегий,
 - 2.3) Лингвистические особенности конкретных коммуникативных действий/явлений, с помощью которых реализуются коммуникативные ходы и стратегии.

В понимании стратегии мы исходим из определения М.Л. Макарова. Он различает два не исключаящих друг друга подхода к определению коммуникативной стратегии. Согласно первому из них коммуникативные стратегии представляют собой последовательность выбранных речевых действий и языковых средств, связанных определенной целью, согласно второму – стратегия связана с реализацией системы целей в структуре общения [Макаров 2003]. В силу специфики материала мы имеем дело с ситуацией параллельной реализации нескольких стратегий.

В практиках трансляции опыта выделено четыре основных коммуникативных стратегии:

- 1) актуализация достижения;
- 2) аннигиляция проблемы;
- 3) сохранение лица;
- 4) забота о других.

Вводя понятие коммуникативного действия, мы опираемся на терминологию конверсационного анализа – метода коммуникативной лингвистики, состоящего в реконструкции коммуникативных перспектив коммуникантов посредством анализа последовательности высказываний [Schegloff 2007]. Согласно системе понятий конверсационного анализа коммуникативное действие является минимальной смысловой единицей интеракции. Анализ материала исследования показал, что коммуникативные стратегии реализуются посредством следующих видов коммуникативных действий: автокомплимент, оправдание, обвинение, жалоба, оценка, рекомендация, совет.

Нарратив и трансляция знания

Согласно концепции, принятой в социальной лингвистике, всякое знание представляет собой либо осажденное в процессе социального взаимодействия знание, описывающее решение «непроблематичных проблем», то есть проблем, для решения которых выработаны и распространены определенные шаблоны (например, покупка продуктов в магазине не является проблемой, поскольку все знают, как это делать), либо с помощью выработки нового опытного знания в результате взаимодействия с

реальностью. В процессе анализа корпуса интервью выявлено две основных формы трансляции знания, соответствующих двум типам социального знания:

- 1) нарратив;
- 2) трансляция седиментированного знания.

Их лингвистические характеристики суммированы в табл. 2.

Таблица 2. Нарратив и трансляция седиментированного знания

Нарратив	Трансляция седиментированного знания
Конкретизация («заранее смотрели в Интернете»)	Генерализация («ничего вовремя у них не бывает»)
Личная перспектива – агентизация («мы путешествовали»)	Безличная перспектива – деагентизация («билеты нужно покупать заранее»)
Прошедшее время («в Мадриде долго сидели»)	Вневременная перспектива («самолеты всегда задерживаются»)
Разговорный стиль речи («сами ездили»)	Элементы официально делового стиля («университет постоянно организывает поездки»)

Обнаружено, что если в одном коммуникативном ходе встречаются обе формы трансляциями знания, они зачастую связаны причинно-следственными связями (см. кейсы 1 и 2).

Кейс 1. Проблема: отправка багажа

да да потому что мм ну у нас когда *мы ездили* раньше с родителями часто бывали ситуации что или *поздно доходил* или *вообще терялся поэтому лучше с собой все время его* [смех] и *удобнее не ждать время сразу выйти с самолета* и все

Кейс 2. Проблема: отправка багажа

по поводу одежды вообще .. я с/ *не стала сильно много брать и решила не сдавать сумку* в багаж *потому что часто теряется* .. когда ед/ летишь в испанию *почти все теряют багаж*

В данных кейсах присутствуют как моменты нарратива («мы ездили», «поздно доходил», «терялся», «не стала сильно много брать», «решила не сдавать сумку»), так и трансляция седиментированного знания («лучше с собой все время его», «часто теряется»), соединенные маркерами причинно-следственной связи. Любопытно, что в первом случае нарратив выступает как причина, а во втором случае – как следствие.

Коммуникативные стратегии

Раскроем коммуникативную цель каждой стратегии и опишем лингвистические способы ее реализации, используя схему языкового анализа реализации социальных акций [van Leeuwen 1995]. Согласно этой схеме все социальные действия одновременно классифицируются по пяти направлениям: акция – реакция (акции делятся на материальные и семиотические, реакции делятся на когнитивные, аффективные, перцептивные и неспецифицированные), активация – деактивация (активация может быть представлена в виде объективации или дескриптивизации), агентизация – деагентизация, абстракция – конкретизация, определение – переопределение.

Так, в кейсе 3 реализована стратегия актуализации достижения, на что указывают экспликация отсутствия ресурса опыта («нам не было восемнадцати»), самостоятельности («сами ездили»); модальный глагол, указывающий на способность («могли»). Дополнительно актуализируется контраст с «остальными», которые «шли на пляж». Целью, определяющей стратегию, является формирование собственного образа как человека, способного нестандартно и эффективно решать проблемы. Стратегия реализована посредством нарратива, на что указывают личные местоимения первого лица («мы» – три раза), глаголы прошедшего времени («ездили», «путешествовали», «могли»).

Можно идентифицировать коммуникативное действие, которое можно обозначить как *автокомплимент*, за которым должно следовать, согласно социально приемлемой разговорной последовательности, похвала со стороны собеседника.

Отмечаем также, что в рамках схемы ван Леувена актуализация достижений реализуется здесь через активированные (выраженные глаголами) агентизированные (выполненные конкретным лицом) конкретизированные акции.

Кейс 3. Проблема: организация свободного времени

нам не было восемнадцати мы *сами ездили* по стране мы *путешествовали* после занятий по вечерам когда *аа остальные* шли на пляж мы *могли* не знаю днем спать а ночью идти в клуб какой-нибудь

В кейсе 4 решение проблемы покупки билетов в другую страну выражено явно путем нарратива («заранее смотрели в Интернете»). Целью высказывания, реализуемой посредством стратегии аннигиляции проблемы, является указание на то, что данная проблема является «непроблематичной». На это указывают маркеры, указывающие на легкость решения проблемы («несложно», «сразу», «знали», «никаких проблем», «беспроблемные»).

В рамках модели ван Леувена отмечаем, что здесь происходит реализация активированных, агентизированных, конкретизированных акций («покупали», «смотрели», «подходили», «объясняли»).

Кейс 4. Проблема: покупка билетов в Испанию

билеты *покупали несложно* потому что мы *заранее смотрели в интернете* аам расписание ну автобусов в общем *сразу подходили* уже *знали* что купить и так же вот ну легко мы *объясняли* куда билет как число в общем тоже с этим не было *никаких проблем* мы *беспроблемные*

В кейсе 5, описывающем решение проблемы выбора предметов, стратегия сохранения лица реализована посредством коммуникативного действия оправдания, на что указывает деагентизация («получилось, что...»), экспликация причины («потому что...»), по которой студентка экономического факультета выбрала для своего обучения в Испании предметы с филологического факультета.

Кейс 5. Проблема: выбор предметов

в итоге *получилось что* я все предметы выбрала с филологического факультета *потому что* я на следующий день пошла тоже посмотрела с девочками посоветовалась у них посмотрела у них уже были все списки предметов которые можно выбирать более или менее

В кейсе 6 (проблема аккультурации) также реализована стратегия сохранения лица посредством коммуникативного действия *оправдание* («мы пытались»). Здесь также имеет место деагентизация (обезличивание – «не получилось»). Стоит особо отметить обилие маркеров дискурса и гезитации («в общем», «вот», «ну») и смех, скрывающий смущение [Рогозин, Яшина 2007].

Кейс 6. Проблема аккультурации

она сама на/ нас предложила научить танцевать фламенко и мы **в общем** учились танцевать .. и у нас это [смех] смешно получи/ получалось поэтому у нас ничего **в общем не получилось** и мы не научились .. **ну** мы пытались .. **вот**

В кейсе 7 реализована стратегия сохранения лица, которая реализуется посредством коммуникативного действия *обвинение* («у испанцев вообще все задерживается всегда», «ничего вовремя у них не бывает»), реализованного посредством трансляции седиментированного знания. Отметим, что данное коммуникативное действие реализовано с использованием *генерализаций* («все», «всегда» «ничего»).

Кейс 7. Проблема: разное отношение ко времени

в мадриде долго сидели очень в аэропорту наверное часов шесть мы ждали там все задерживается самолеты всегда задерживаются **у испанцев вообще все задерживается всегда ничего вовремя у них не бывает** и самолета мы ждали очень долго

Стратегия заботы о других реализуется с помощью коммуникативных действий *совет* и *рекомендация*. Рассмотрим кейсы 8 и 9.

Кейс 8. Проблема: покупка билетов

билеты нужно покупать заранее потому что если купить их за полгода можно съездить очень дешево то есть можно можно даже съездить в испанию за десять ну за пятнадцать тыщ туда обратно а мы купили билеты уже дорогие

В данном кейсе актуализируется проблема покупки билетов и реализуется *рекомендация* («билеты нужно покупать заранее») посредством трансляции седиментированного знания.

Кейс 9. Проблема: адаптация к транспортной системе

покупайте сразу десять поездок потому что это выгодней чем по одной покупать все равно

Здесь стратегия заботы реализована с помощью коммуникативного действия, обозначенного нами как *совет* (на что указывает глагол в повелительном наклонении – «покупайте»).

Анализируя приведенные выше кейсы, можно различить трансляцию позитивного и негативного опыта, характеристики которых суммированы в табл. 2.

Таблица 2. Характеристики трансляции позитивного и негативного опыта

	Позитивный опыт	Негативный опыт
Коммуникативные стратегии	актуализация достижения, аннигиляция проблемы	сохранение лица, забота о других
Коммуникативные	автокомплимент	оправдание, обвинение,

действия		жалоба, совет, рекомендация
Агентизация / деагентизация	агентизация	деагентизация
абстракция / конкретизация	конкретизация	абстракция (генерализация)
Маркеры дискурса и хезитации	умеренное количество	обилие
Акция / реакция	акция	акция
Активация / деактивация	активация, деактивация (объективация)	активация

Отдельно остановимся на параметре активация / деактивация. Согласно модели ван Лееуве, активация означает, что действия выражены эксплицитно (с помощью глаголов), деактивация же реализуется с помощью объективации или дескриптивизации (описания). В результате анализа было выявлено, что объективация акции реализуется значительно чаще при трансляции позитивного опыта.

Так, в кейсе 10 отмечаем сразу три момента объективации («энтузиазм», «интересный опыт», «полезный опыт»), описывающие опыт успешного решения проблемы. Отмечаем стратегию *актуализация достижения* (указания на преодоленные трудности – пришлось «побегать», опыт был «не всегда приятный»).

Кейс 10. Проблема: сбор документов для получения визы
энтузиазм это инт/ был *интересный опыт* побегать по всем инстанциям хоть и не всегда приятный но это было интересный *полезный опыт*

В кейсе 11, в котором реализована стратегия *аннигиляции проблемы* обнаруживается целых четыре момента объективации. В силу неясных пока причин, вместо «не понимала язык» респондентка использовала «языковой барьер», вместо «мешал» – «создавал проблемы», вместо «не понимали» – было «недопонимание», вместо общалась с носителем языка – «занималась интеркамбио¹».

Кейс 11. Проблема: межкультурная коммуникация
испанцы сами товарищи довольно эмоциональные [смех] поэтому они все что хотят сказать они добавляют жестами ии голосами .. артикуляцией и так далее .. не *языкового барьера* как такового что вот прямо создавал *проблемы* не было .. ну что то какое то *недопонимание* у них всегда можно переспросить ии .. тебе объяснят плюс я занималась такой вещью как *интеркамбио*

Практическое использование модели

В настоящее время, несмотря на широкое внедрение Интернета в повседневную жизнь, качество и возможности формирования запросов для поиска необходимого опытного знания оставляет желать лучшего [Сегалович 2002].

Именно поэтому практическим следствием модели, описываемой в настоящей статье, помимо базы знаний по обучению в Испании (корпус интервью составляет 21 интервью общей длительностью 1212 минут), которая находится в процессе разработки, является перспектива разработки автоматической модели поиска опыта в недрах контента веб 2.0, который в силу своей специфики, по форме организации

¹ Интеркамбио (исп. intercambio) практика взаимообмена языковыми знаниями, при которой каждый из участников является носителем языка, изучаемого партнером.

приближен больше к устному нарративу, чем к письменному, вследствие чего найденные закономерности применимы к процедуре информационного поиска.

Первые результаты исследования были представлены на научной конференции «Сети в глобальном мире: структурные трансформации в Европе, США и России» (Санкт-Петербург, 22-24 июня 2012 г.).

Список литературы

1. Bergmann R. Experience Management: Foundations, Development Methodology and Internet-Based Applications. Berlin: Springer, 2002.
2. Schegloff, Emanuel A. Sequence Organization in Interaction: A Primer in Conversation Analysis, Volume 1 / Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
3. Van Leeuwen T. Representing Social Action // Discourse and Society. 1995. No. 6.
4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М.: Медиум, 1995.
5. Доброхотов А.Л. Учение досократиков о бытии. – М.: МГУ, 1980.
6. Зайченко Г.А. Джон Локк. – М.: Мысль, 1973.
7. Майоров Г.Г. Формирование средневековой философии. Латинская патристика. – М.: Мысль, 1979.
8. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003.
9. Rogozin D., Yashina A. Анализ коммуникативных сбоев в экспертном интервью // Социальная реальность. – №5. – 2007.
10. Сегалович И. Как работают поисковые системы // Мир Интернет. – №10. – 2002.