

UDK 811.161.2:82

SPRACHLICHER CODE DER WAHRNEHMUNG DES WISSENSCHAFTLICHEN TEXTES IM KOMMUNIKATIONSAKT DES AUTORS UND EMPFÄNGERS

Svitlana Hrushko

Ph.D. phil., Dozentin am Lehrstuhl für Übersetzung und theoretische und angewandte Linguistik, Staatliche Einrichtung «Südukrainische Nationale Pädagogische Uschinskij-Universität»,
Odessa, Ukraine
e-mail: svetagrushko64@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9940-7780>

ANNOTATION

Der Artikel behandelt die Merkmale der Aktivitäten des Autors und des Empfängers in verschiedenen Phasen des Kommunikationsprozesses bei der Wahrnehmung des wissenschaftlichen Textes. Die Studien über den besonderen Einfluss des Sprachcodes auf die Bereitstellung von Informationen im Kontext des Kommunikationsakts des Autors der Nachricht und des Empfängers gehören in der modernen Informationsgesellschaft zu den relevantesten. Die Zusammenstellung eines wissenschaftlich-technischen Textes und seine Veröffentlichung zielt darauf ab, dass die Informationsbotschaft effektiv wahrgenommen wird und durch die Reflexion der Besonderheiten des eigenen Denkens des Autors einen gewissen sprachlichen Einfluss auf das Bewusstsein des Empfängers erreicht.

Der Beginn der wissenschaftlichen Kommunikation ist durch die Nachfrage der Rezipienten für bestimmte Informationen bedingt. Die Reaktion auf diese Nachfrage ist die Bereitstellung bestimmter Informationen durch den Autor. Der Informationsbedarf der Empfänger prägt den Gegenstand und Inhalt der Mitteilungen der Kommunikatoren. Der Autor wählt die für den Empfänger am besten geeignete Methode und den Übertragungskanal von Nachrichten aus, und der Empfänger sucht auf die für ihn optimale Weise nach den erforderlichen Informationen und dem Empfangskanal. Die Codierung der Nachricht entspricht normalerweise der Codierung der Informationsanfrage des Empfängers. Der Kontext der Informationsmitteilung für den Autor umfasst den Hauptzweck der Erstellung der Nachricht, für den Empfänger dagegen die Erfüllung des Informationsbe-

darfs. Der Text ist für den Autor ein Mittel zur Informationsübermittlung und für den Empfänger eine Informationsquelle.

Die Sprachaktivität des Autors zielt darauf ab, eine effektive Befriedigung der Informationsbedürfnisse des Verbrauchers zu erreichen und einen gewissen Einfluss auf das Bewusstsein des Empfängers zu erzielen. Die Haupteinflussmittel sind die Sprache der wissenschaftlich-technischen Mitteilung, die ihren Hauptinhalt widerspiegelt, der semantische Inhalt und die Logik der Struktur der Informationskomponente, was den Prozess der Dekodierung und Wahrnehmung der Nachricht erleichtert. Die Struktur des wissenschaftlich-technischen Textes hängt vom Genre und der Zielgruppe ab. Das Genre kann als eine Art Mittel zur Beeinflussung des Bewusstseins des Empfängers angesehen werden.

Schlüsselwörter: *Autor, Sprachcode, Kommunikation, Empfänger, wissenschaftliche und technische Texte.*

Einleitung. Die Entstehung neuer kognitiver und beruflicher Bereiche menschlicher Aktivitäten führt zu einer Vergrößerung der Sphären der Sprachfunktionen und erweitert das Repertoire sprachlicher Phänomene, die spezielle sprachliche Studien erfordern.

Die Verbindung von Sprache, Denken und Verhalten von Menschen ist das axiologische Prinzip der Linguistik sowie die Erkenntnis der Psycholinguistik über die psychologische Bedingtheit sprachlicher Phänomene, die die Bildung des Sprachbewusstseins beeinflussen, eine angemessene Wahrnehmung des Textes und die Tätigkeit des Menschen als sprachlicher Persönlichkeit mit ihrem nationalen Sprachverhalten. Die Aktualisierung dieser Themen im Kontext der neuesten Errungenschaften in der Linguistik und in Übereinstimmung mit modernen methodischen Anforderungen ist der konzeptionelle Rahmen, die Problemstruktur und der Inhalt der wissenschaftlichen Forschung zur Untersuchung des besonderen Einflusses von Sprachcode auf die Informationswahrnehmung im Kontext des Kommunikationsprozesses zwischen dem Autor des Textes und dem Leser (Hörer).

Die Relevanz der Studie. Die Umsetzung der allgemeinen Sprachtheorie in die praktische menschliche Tätigkeit, dazu auch in verschiedenen Berufsfeldern, wird von angewandten Teilgebieten der modernen Linguistik sowie Studien sprachlicher Merkmale im Kommunikationsakt des Autors und des Empfängers untersucht. In dieser Hinsicht verdient der Sprachcode des wissenschaftlichen und technischen Diskurses besondere Aufmerksamkeit. Die Schaffung wissenschaftlicher und technischer Botschaften und ihre Veröffentlichung zielen nicht nur auf eine effektive Wahrnehmung

von Informationsbotschaften ab, sondern auch darauf, einen bestimmten sprachlichen Einfluss des Autors der Botschaft auf den Verstand des Lesers zu erreichen, indem die Besonderheiten seines eigenen Denkens reflektiert werden, was ohne Sprachcode unmöglich wird. Das Studium des Sprachcodes zur Wahrnehmung von wissenschaftlichen und technischen Texten im Kommunikationsprozess des Autors und des Empfängers unter den modernen Bedingungen einer Informationsgesellschaft ist eines der komplexen aktuellen Probleme der Linguistik.

Ziel des Artikels ist es, die Rolle des Sprachcodes bei der Wahrnehmung des wissenschaftlichen Textes des Autors der Mitteilung und des Empfängers zu untersuchen.

Ergebnisse und Diskussion. Bei der Durchführung eines Kommunikationsakts verfolgen sowohl der Autor als auch der Empfänger (Leser / Hörer) bestimmte Ziele und sind daher beide daran interessiert, eine möglichst effektive Kommunikation herzustellen.

Wissenschaftliche Kommunikation sowie künstlerische Kommunikation entwickeln und bilden sich gleichzeitig auf zwei Ebenen: auf der Ebene des Autors und auf der Ebene des Empfängers (Lesers). Das Studium des Kommunikationsverhaltens und der Merkmale der Interaktion von Sprechakteilnehmern ist wichtig, um die Position des Autors und des Lesers zu bestimmen und die kommunikative Überlegenheit des Autors auszudrücken.

Die kommunikative Tätigkeit des Autors und des Lesers wurde in verschiedenen Bereichen untersucht: im philosophischen und literarischen Diskurs sowie in solchen Disziplinen wie Psychologie und Soziologie. Dank der theoretischen Arbeiten von W. Bibler, R. Barthes, M. Bakhtin, U. Eco, J. Kristeva, J. Lotman, P. Ricoeur, E. Ustyugova, M. Feller und anderen haben wir die Möglichkeit, die Perspektiven der Identität von Autor, Text und Leser sowie deren Beziehung im wissenschaftlichen und technischen Diskurs zu analysieren. Jetzt wollen wir das Zusammenspiel von Autor und Empfänger (Leser) beim Austausch wissenschaftlicher Informationen genauer betrachten.

Die erste Phase der wissenschaftlichen Kommunikation ist die Entstehung einer Nachfrage nach bestimmten Informationen bei den Empfängern und als Reaktion auf diese Nachfrage die Bereitstellung spezifischer Informationen durch den Autor (die Autoren). Somit bilden die Informationsbedürfnisse der Empfänger das Hauptthema und den Inhalt von Mitteilungen. Der Kommunikator wählt das Verfahren und den Kommunikationskanal

aus, die seiner Meinung nach für den Empfänger am bequemsten sind, während der Empfänger die erforderlichen Informationen auf jene Weise und über jene Kommunikationskanäle sucht, die er für am informativsten hält. Die Kodierung der Nachricht durch den Autor entspricht normalerweise der Kodierung der Informationsanfrage des Empfängers. Der Kontext der Informationsnachricht umfasst für den Autor den Hauptzweck der Erstellung des Textes und für den Leser die Erfüllung des Informationsbedarfs. Gleichzeitig sind wissenschaftliche und technische Texte für den Autor Mittel zur Übermittlung von Informationen und für den Empfänger eine Informationsquelle.

Somit leisten sowohl der Autor als auch der Empfänger im Kommunikationsprozess eine Arbeit. Wenn wir uns dem Prozess des Lesens zuwenden, dann wird der Gegenstand der Arbeit des Autors und des Lesers im Allgemeinen das Bewusstsein des Lesers sein, mit dessen Änderung beide Teilnehmer des Kommunikationsakts ihre Absichten ausführen. Das Mittel zur Erreichung dieses Ziels ist eine Mitteilung, die die Form eines sprachlichen Werkes hat (Feller, 1990: 7).

Die Besonderheit der Sprachaktivität des Empfängers besteht darin, dass sein Bewusstsein sowohl Subjekt als auch Objekt der Kommunikation ist. Als Subjekt der Erkenntnis verarbeitet es die Nachricht aktiv, um die Informationen zu verstehen, und wird gleichzeitig vom Autor durch den Sprachcode beeinflusst entsprechend dem von ihm verfolgten Zweck.

Die Sprachaktivität des Autors zielt daher nicht nur darauf ab, eine wirksame, in Bezug auf die Informationsbedürfnisse des Verbrauchers Botschaft zu schaffen, sondern auch einen gewissen Einfluss auf das Bewusstsein des Empfängers zu erzielen. Zu diesem Zweck spiegelt der Autor in der Nachricht die Besonderheiten seines Denkens wider, sein Bewusstsein kann jedoch sowohl zu einer effektiven Kommunikation mit dem Empfänger beitragen als auch dessen Haupthindernis sein.

Auf dem Weg zum Kommunikationsziel des Autors gibt es noch eine Reihe weiterer Hindernisse. Dazu gehören sowohl objektive Gründe (Entfernung, Lärm, instabiler Nachrichtenübertragungskanal) als auch subjektive Faktoren (Kenntnisstand der Kommunikationsteilnehmer, Struktur der Nachrichtenkonstruktion, widersprüchliche Ansichten der Kommunikatoren usw.). Der Grad des Einsatzes von Mitteln, die Hindernisse im Kommunikationsakt vorbeugen, regen die aktive Teilnahme des Adressaten daran an und beseitigen die entstandenen Hindernisse. Diese Mittel soll-

ten umso optimaler sein, je weiter die Kommunikationsteilnehmer in ihren Interessen, ihrem Wissen, ihrer Denkweise usw. voneinander entfernt sind. Schließlich ist die Kommunikation am effektivsten, wenn das Ziel und die Fähigkeiten des Autors und des Empfängers (wie sie im Text der Nachricht dargestellt sind) zusammenfallen (Feller, 1990: 10).

Weiter werden wir die Hauptmerkmale des Autors und des Empfängers in verschiedenen Phasen des Kommunikationsprozesses bei der Wahrnehmung eines wissenschaftlichen Textes erörtern.

Im kommunikativen Akt können wir nach M. D. Feller folgende Phasen unterscheiden: die Erstellung der Mitteilung, ihre Veröffentlichung und Wahrnehmung (Feller, 1990: 11).

Bei der Erstellung einer Nachricht möchte der Autor das Bewusstsein des Lesers beeinflussen, indem er seine Informationsbedürfnisse erfüllt. Die Haupteinflussmittel sind die Sprache der wissenschaftlichen und technischen Texte, die ihren Hauptinhalt, den semantischen Inhalt, die Logik der Struktur der Informationskomponente widerspiegelt, was den Prozess der Dekodierung und Wahrnehmung der Nachricht erleichtert. Die Struktur der Konstruktion von wissenschaftlichen und technischen Texten hängt vom Genre (Dissertation, wissenschaftlicher Artikel, Referat, technische Dokumentation usw.) und der Zielgruppe ab. Das Genre kann als eine Art Mittel angesehen werden, um das Bewusstsein des Lesers zu beeinflussen.

Das Erstellen eines Plans durch den Autor ist der Ausgangspunkt für das erste Schreiben von wissenschaftlichen und technischen Texten. Im Laufe der Jahrhunderte wurde der Brauch des dreimaligen Schreibens (Umschreibens) der Werke gebildet. Beim ersten Mal befasst sich der Autor hauptsächlich mit der Fixierung des Materials. Beim Umschreiben erarbeitet er die kognitive (semantische) Substruktur, die Basis des Textes und beim dritten Mal konzentriert er sich auf die tatsächlichen kommunikativen Momente, die kommunikative Substruktur. N. Zhinkin glaubt, dass beim Schreiben und Umschreiben nicht mehr eine Struktur entsteht, sondern ein Text (der sowohl strukturell notwendige Informationen als auch „Verpackungsmaterial“ enthält), der in die Sprachstruktur mit all ihren Ebenen eingesetzt wird und ein dem Ziel des Verfassers untergeordnetes Bild von der reflektierten Realität entsteht. Dies geht einher mit der Modellierung der Reaktion des Lesers, der Umstrukturierung der internen Sprache in externe, dem Füllen von „Löchern“, einer Auswahl normativer Zeichen und Kommentare, die die allgemeinen Bedeutungen in individu-

alisierte umsetzen. Auf diese Weise wird ein Inhaltsplan gebildet, der durch Zeichen eines logisch-konzeptuellen Codes dargestellt wird und in den Köpfen der Leser die Konzepte von Sprachzeichen und -konstruktionen hervorruft (Zhinkin, 1982: 27).

Es gibt einen weiteren sehr wichtigen Umstand, der bei der Erstellung des Textes berücksichtigt wird, u.z. die Abfolge von kommunikativen und kognitiven Prozessen bei den Aktivitäten des Empfängers. Damit der Text angemessen wahrgenommen werden kann, ist es notwendig, auf ihn aufmerksam zu machen, Interesse an seinem Inhalt zu wecken und die Ansichten des Empfängers zu formen. Danach ist eine Rückmeldung möglich, auf deren Umsetzung der Empfänger bereits vorbereitet ist. Diese Gesetzmässigkeit wird in der Theorie der Werbung ausführlich beschrieben, u.z. in der Formel der psychologischen Einflüsse der Werbung AIDA (die ersten Buchstaben von vier englischen Wörtern: Attention — Aufmerksamkeit, Interest — Interesse, Desire — Wunsch, Action — Aktion). Sie lässt sich leicht auf die Struktur der Werbearbeit übertragen und letztendlich auf jeden Kommunikationsakt (Pochepcov, 2004).

Die Veröffentlichung der Nachricht sieht die Auswahl des Informationsübertragungskanals vor. Der Autor berücksichtigt dabei, welcher der Kanäle die Zielgruppe am wahrscheinlichsten erreicht und über welchen Kanal der Empfänger am effektivsten beeinflusst wird. In diesem Stadium ist das Hauptmittel des Einflusses daher der Nachrichtenübertragungskanal. Die Verbreitung von Informationen im globalen Internet deckt somit die größte Zielgruppe in der modernen Welt ab. Noch vor zwanzig Jahren war ein solcher Informationskanal nicht allgemein verfügbar und bei Verbrauchern beliebt, sodass die Nachricht den Empfänger möglicherweise nicht erreichte.

Die Verlage bringen „eine neue Hülle“ (M. Feller) an den verbrauchten Text an, ein redaktionell-technisches und künstlerisches Design, das die häufigsten Gemeinsamkeiten der Teile grafisch vermittelt. Mit dem Erscheinen der Veröffentlichung ist die erste Hälfte des Kommunikationsakts (die Rede) abgeschlossen (Feller, 1990: 23).

O. M. Seminog definiert die Wahrnehmung des Textes als einen mentalen Prozess der menschlichen Reflexion des Textinhalts mit direktem Einfluss auf die Sinne. Eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Wahrnehmung ist das Bedürfnis, das Interesse und die intrinsische Motivation. Die Erkenntnis eines wissenschaftlichen Textes ist das Verständnis des Geistes, das Begreifen der Struktur und des Inhalts des Textes durch die Analyse

der verbalen Form des Textes. Das Bewusstsein für das, was wahrgenommen wird, hängt in hohem Maße von Erfahrung, persönlichem Hintergrundwissen, Gedächtnis und kreativem Denken ab (Seminog, 2010).

Bei der Wahrnehmung der Mitteilung müssen folgende Tatsachen berücksichtigt werden:

- 1) der Empfänger ist Subjekt der Aktivität;
- 2) das Thema der Aktivität sind in der Nachricht enthaltene semantische Informationen sowie semantische Informationen zu demselben Thema, die im Bewusstsein des Empfängers enthalten sind;
- 3) Ziel wird vom Rezipienten in seinem Bewusstsein und Handeln verkörpert;
- 4) Mittel zur Sprachaktivität ist eine Nachricht, bei der die Informationen in der Struktur und Form aufgezeichnet werden, die darauf abzielen, das Bewusstsein des Empfängers zu beeinflussen und von Sprachfähigkeiten des Adressanten bestimmt werden sowie die Sprachkompetenz und der Thesaurus des Empfängers;
- 5) das Produkt des Verstehens sind Veränderungen im Bewusstsein des Empfängers.

Im Prozess des Verstehens wird die Idee des Autors modelliert. Der Zweck der Mitteilung wird vom Empfänger nicht immer von Beginn des Kommunikationsprozesses anerkannt. Je weniger qualifiziert der Empfänger ist, desto weniger versteht er das Endziel des Autors und beschränkt sich auf die Befriedigung seines psychologischen Interesses. Am Ende des Lesens wird er aber mehr oder weniger des Ziels des Autors bewusst (Feller, 1990: 27).

M. Feller definiert Verständnis als eine Bewegung, die der Rede des Autors entgegengesetzt und von Exponenten über Konzepte zum Inhalt, von untersten Ebenen des Inhaltsplans des Textes zu Thesen und Ideen des Textes gerichtet ist (Feller, 1990: 34).

Das Ergebnis der Wahrnehmung des Textes ist somit ein Verständnis seiner semantischen Struktur. Es geht darum, die Essenz von Objekten und Phänomenen zu enthüllen, die in einem wissenschaftlichen Text beschrieben sind, und die Zusammenhänge, Beziehungen und Abhängigkeiten zwischen ihnen zu verstehen. Dies bedeutet, dass es für den Empfänger wichtig ist, den vorgeschlagenen Inhalt mit dem vorhandenen Wissen vergleichen zu können, um neue Informationen und dementsprechend neues Wissen für sich zu extrahieren.

Die Besonderheit eines wissenschaftlichen Textes liegt in seiner Wahrnehmung durch den Leser als einzelner Kommunikationsblock mit einer klaren, logischen Struktur, die in bestimmte Teile (Abschnitte, Unterabschnitte, Punkte, Paragraphen, Absätze, Absätze) unterteilt ist. Sie bilden eine Art Rahmen, der mit der entsprechenden Terminologie gefüllt ist. Es ist klar, dass die sprachliche „Einmischung“ des Autors in einen solchen Text minimal ist.

Der Inhalt eines wissenschaftlichen Textes ist wissenschaftliches Wissen, das durch ontologische, methodologische, axiologische und kommunikative Merkmale gekennzeichnet ist, und folglich ist der wissenschaftliche Text durch dieselben Merkmale gekennzeichnet. Der Inhalt eines wissenschaftlichen Textes spiegelt eine bestimmte zeitliche Abfolge verschiedener Fakten, Ereignisse und Gedanken wider.

Bei den Prinzipien der Zusammenstellung wissenschaftlicher Texte berücksichtigen die Forscher die Prinzipien der Inhaltssättigung, der wissenschaftlichen Informativität, der Neuheit, der semantischen Vollständigkeit, der Zugänglichkeit und der Problemstellung. Ein solcher Text setzt die Existenz eines sogenannten kompositorischen Denkens voraus (Studien von M. Kotyurov, A. Sveshnikov u.a.), das die Reihenfolge und Logik der Übermittlung von Informationen im Text voraussetzt.

Jede der Komponenten eines wissenschaftlichen Textes ist eine bedeutende Einheit, d.h. sie kann die Funktionen der Erklärung, Begründung, Präzisierung, Ergänzung, Hinzufügung, Visualisierung usw. erfüllen. Zwischen den Komponenten eines wissenschaftlichen Textes gibt es Ursache-Wirkungs-Beziehungen, an die sich der Autor der Nachricht genau hält. Den Ausdruck der Haltung des Autors nennen die Forscher die Modalität des Textes, weil die Absichten des Autors normalerweise den Wunsch beinhalten, den Leser zu überzeugen.

Die Integrität des wissenschaftlichen Textes als interne Organisation und Gestaltung des Inhalts, die integrale Gestaltung von Anfang und Ende der Arbeit, die Verbindungen und Übergänge zwischen Teilen des Textes werden durch bestimmte Grundsätze der Auswahl von Spracheinheiten sichergestellt. Die Integrität des Textes manifestiert sich in einer bestimmten logischen und semantischen Struktur, deren Bestandteile die Themen, Problematik und Ideen des Textes sind.

Ein wichtiges strukturelles Element, die architektonische Einheit eines wissenschaftlichen Textes, ist ein Absatz — eine vollständige Einheit in

struktureller und kommunikativer Hinsicht. Der Absatz zeichnet sich durch die Einheit von Inhalt und logischer Reihenfolge der Darlegung aus. Jeder nachfolgende Absatz entwickelt die Idee des vorherigen, folgt daraus und ist mit dem nächsten verbunden.

Die Rolle des ersten Satzes ist im Absatz sehr wichtig. Damit die im ersten Satz des Absatzes formulierte Hauptidee in den folgenden Sätzen weiter verfolgt werden kann, verwendet der Autor des wissenschaftlichen Textes die Wiederholung desselben Wortes, derselben Phrase, die Verwendung geeigneter Pronomen usw. Manchmal kann ein Absatz aus einem einzigen Satz bestehen, wenn ihm besondere Bedeutung beigemessen wird. Von einem Absatz zum anderen zu wechseln bedeutet oft, zu einer neuen Idee überzugehen.

Es wird angenommen, dass jeder wissenschaftliche Text in seiner Typizität individuell ist. Dies hängt vom Autor und seiner Erfahrung bei der Texterstellung ab.

Das zunehmende Interesse der Forscher an der Untersuchung verschiedener Aspekte des wissenschaftlichen Textes erklärt sich aus dem Versuch, nicht nur die sprachlichen und stilistischen Merkmale dieser Texte zu systematisieren und zu verallgemeinern, sondern auch dem Wunsch, die Mechanismen der Verbalisierung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu erklären und das Wesen der wissenschaftlichen Kreativität zu verstehen.

Wenn früher vor allem die Besonderheiten wissenschaftlicher Texte untersucht wurden, d.h. typologische (universelle, klassifizierende) Eigenschaften des Textes als ideales Zeichen mit einer Reihe von Merkmalen, so wird jetzt unter Betrachtung des wissenschaftlichen Textes als funktional-stilistische Einheit und unter Berücksichtigung der kommunikativen Ausrichtung der Sprache im Allgemeinen und des Textes im Speziellen besonderes Augenmerk gelegt neben typologischen Merkmalen auf die Merkmale, die durch seine kommunikative und pragmatische Natur und sein Zweck bedingt sind. Der Sprachcode des Kommunikationsakts des Autors und des Empfängers ist in diesem Aspekt äußerst wichtig. Es ist die kommunikative Ausrichtung des wissenschaftlichen Textes, die seinen expressiven, bewertenden und dialogischen Charakter bestimmt.

Heute wird die Idee der kommunikativen Ausrichtung der Wissenschaft als Axiom wahrgenommen. Und die wichtigsten kommunikativen Eigenschaften eines wissenschaftlichen Textes werden abhängig vom Hauptzweck der wissenschaftlichen Kreativität bestimmt, der den Wissenstransfer im In-

formationsprozess vorsieht, der als Übermittlung des fertigen Wissens vom Schöpfer der Theorie zum Wahrnehmenden angesehen wird. Und obwohl die Rolle desjenigen, der neues Wissen wahrnimmt, manchmal als passiv charakterisiert wird, weil sie die Natur und den Inhalt des gemeisterten Objekts nicht beeinflussen kann, ist sein Fortbestand ohne seine aktive Teilnahme an der „Objektivierung“ der Theorie eines Autors unmöglich. Daher ist jeder wissenschaftliche Text aufgrund seiner extralinguistischen Natur dialogisch. Trotz der Tatsache, dass das typologische Merkmal eines wissenschaftlichen Textes eher sein Monolog ist, der die Kommunikationsaufgaben des Autors und Empfängers vollständig sichert, zeigt die Analyse spezifischer Texte eine offene dialogische wissenschaftliche Kommunikation in verschiedenen Bereichen (exakte Wissenschaften, Naturwissenschaften, gesellschaftspolitische Wissenschaften, Geisteswissenschaften) und Formen (Artikel, Rezension, Monographie) ihrer Umsetzung.

Die Grundlagen für ein umfassendes Verständnis des Dialogs wurden von M. Bakhtin gelegt, der die Natur des Lebens als ein dialogisches Phänomen verstand: leben bedeutet Beteiligung am Dialog („fragen, wahrnehmen, antworten, zustimmen usw.“), und daher ist der Dialog eine Begegnung zweier Bewusstseine und jeder beliebige Text ist immer „zweidimensional“ und „zweisubjektiv“. Dabei wird die obligatorische Anwesenheit eines Partners als Chance gesehen, die früher oder später realisiert werden kann. Und der Partner kann als bestimmter Kommunikationsteilnehmer dargestellt oder allgemein als Menschlichkeit wahrgenommen werden. Ein solch breites Verständnis des Dialogs neutralisierte seine traditionelle Opposition gegen den Monolog, da bei diesem Ansatz jede Form der Rede einen realen oder potenziellen Adressaten vorsieht.

Somit kann ein wissenschaftlicher Text als eine Art Zeichen betrachtet werden, das für die wissenschaftliche Kommunikation geschaffen wurde, als Vermittler im Kommunikationsprozess zwischen seinem Autor (Schöpfer der Theorie, Absender) und dem Leser (Adressat). Es ist möglich, seine Bezugnahme sowohl auf den Autor als auch auf den Leser zu behaupten, was das Vorhandensein eines Prototyps des „wahrscheinlichen Lesers“ im wissenschaftlichen Text voraussetzt, häufig eine intuitive Annahme des Adressaten seines Textes, des Lesers, auf den sich der Autor fokussiert.

Da der Text ein notwendiger Teilnehmer an der wissenschaftlichen (schriftlichen) Kommunikation ist, halten wir seine Analyse aus kommunikationstheoretischer Sicht für durchaus gerechtfertigt.

Wie bekannt, setzt der Kommunikationsakt zwei aktive Grundlagen (der heuristischen Aktivität) voraus: den Sprecher (Produzent, Autor, Absender, Kommunikator), der die Kommunikationsabsicht (Intention, Vorhaben) verwirklicht, und den Hörer (Empfänger, Leser, Adressat, Kommunikator), der das System semiotischer Zeichen, mit dem der Sprecher seine Gedanken vermittelt, zu interpretieren versucht. In diesem Prozess führt jeder der Kommunikationsteilnehmer unterschiedliche Funktionen aus, dazu auch nicht gleichzeitig. Aus diesem Grund ist die Analyse des Textes wichtig, insbesondere angesichts der Diskrepanz der Parameter der Kommunikationssituation: der zeitlichen und räumlichen Kluft zwischen Autor und Leser, der Inkonsistenz ihrer pragmatischen Einstellungen, der sozialen Positionen usw.

Dies gibt den Anlass, die Textkommunikation als „verpackt“, sekundär zu charakterisieren. Sie ist als „verpackt“ anzusehen, weil die Kommunikation per Text in komprimierter Form nicht nur alle Elemente des Kommunikationsakts enthält, sondern auch Signale ihrer Entschlüsselung, und sekundär, weil sie von der primären abgeleitet ist, die die gleichzeitige Anwesenheit von zwei oder mehr Partnern beinhaltet, ihren gleichen und gleichzeitigen Zugang zum Kommunikationskanal usw. Die textuelle Form der Kommunikation ist gekennzeichnet durch die reale Präsenz nur eines Partners und nur die virtuelle, imaginäre Präsenz des anderen. Das Fehlen einiger Elemente und ihre ungleiche Darstellung in einem textuellen Kommunikationsakt schließt jedoch die Möglichkeit seiner Dialogizität nicht aus, sondern ermöglicht es, Dialogizität als Potenzial nicht nur für ihre Präsenz als Texteigenschaft, sondern auch für die explizite Präsenz von Teilnehmern an der wissenschaftlichen Kommunikation zu charakterisieren.

Zusammenfassung. Der Kommunikationsakt setzt also das Vorhandensein analytischer und synthetisierender kognitiver Handlungen des Autors und des Empfängers voraus, wobei der Autor den Prozess des Verstehens des Empfängers modelliert, und der Empfänger seinerseits modelliert den Prozess des Realitätsbildes des Autors, das der Autor bereits für ihn vorbereitet hat.

Die Berufung des Lesers auf den Text der Mitteilung beinhaltet daher weniger Versuche und Irrtümer als die Umsetzung der Idee durch den Autor (Feller, 1990: 34).

Eine notwendige Voraussetzung für einen kommunikativen Akt ist die psychologische Aktivität des Autors und die psychologische Aktivität des

Empfängers, die von entgegengesetzten aufsteigenden Punkten ausgehen: von der Idee bis zum fertigen Werk beim Autor und vom fertigen Werk bis zur Idee des Autors beim Empfänger, aber beide vom Titel. Darüber hinaus gibt es oft zwei Titel: Der erste stimuliert die Aktivität des Lesers, der zweite offenbart die grundlegende Beziehung der Struktur des Werkes (Feller, 1990: 36).

In Wirklichkeit findet weder die Aktivität des Autors noch die Aktivität des Lesers in nur einer Richtung statt. Die Entfaltung jeder niedrigeren Ebene kann zu einer Umstrukturierung der Sprache auf höheren Ebenen führen, das Lesen des Textes vertieft das Verständnis weiter und kann die Richtung des Verstehens selbst ändern (dies kann auf die Unvollkommenheit des Kommunikationsakts hinweisen).

Natürlich manifestieren sich die oben beschriebenen Muster in bestimmten Kommunikationshandlungen nicht vollständig. In einigen Fällen verschwindet die Notwendigkeit eines bestimmten Elements unter bestimmten Bedingungen, in anderen sind der Autor und der Herausgeber dafür nicht ausreichend qualifiziert oder der Leser ist nicht bereit, ein ausreichend komplexes Werk wahrzunehmen.

REFERENCES

- Zhinkin N. I. (2004). Rech kak provodnik informacii. [Speech as a conductor of information]. Moskwa: Nauka [in Russian].
- Pohepcov G. G. (2004). Pablik rilejshinz, ili kak uspeshno upravlyat obshestvennym mneniem. [Public relations or how to successfully manage public opinion]. Moskwa: Centr [in Russian].
- Seminog O. M. Chitannya i kompresiya naukovogo tekstu u profesijnij diyalnosti pedagogichnih pracivnikiv. [Reading and compression of the scientific text among the professional educational practitioners]. Naukovij visnik Melitopolskogo derzhavnogo pedagogichnogo universitetu: [Web-site]. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvmdpu/texts/2010_4/14_04.pdf [in Ukrainian].
- Feller M. D. (1990). Sostavlenie tekstovyh proizvodstvennyh dokumentov [Preparation of text production documents]. Moskwa: Izdatelstvo standartov [in Russian].

МОВЛЕННЄВИЙ КОД СПРИЙНЯТТЯ НАУКОВОГО ТЕКСТУ В КОМУНІКАТИВНОМУ АКТІ АВТОРА І РЕЦИПІЄНТА

Світлана Грушко

кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу та теоретичної і прикладної лінгвістики Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»,

Одеса, Україна

e-mail: svetagrushko64@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9940-7780>

АНОТАЦІЯ

У статті розглядаються особливості діяльності автора і реципієнта на різних етапах комунікаційного процесу у сприйнятті наукового тексту. Дослідження своєрідного впливу мовленнєвого коду на сприйняття інформації в контексті комунікаційного акту автора повідомлення і реципієнта у сучасному інформаційному суспільстві належать до найбільш актуальних. Створення повідомлення науково-технічного спрямування, його публікація спрямовані на ефективне сприйняття інформаційного повідомлення і на досягнення певного мовленнєвого впливу автора повідомлення на свідомість реципієнта через відображення особливостей власного мислення.

Початок наукової комунікації — попит на певну інформацію реципієнтами. Реакція на цей попит — надання певної інформації з боку автора. Інформаційні потреби реципієнтів формують тематику, зміст повідомлень комунікантів. Автор обирає найбільш зручний для реципієнта спосіб і канал передачі повідомлення, а реципієнт здійснює пошук необхідної інформації у найбільш оптимальний спосіб та канал отримання повідомлень. Кодування повідомлення зазвичай відповідає кодуванню інформаційного запиту реципієнта. Контекст інформаційного повідомлення для автора включає основну мету створення повідомлення, а для реципієнта — задоволення інформаційної потреби. Текст для автора є засобом передачі інформації, для реципієнта — джерелом інформації.

Мовленнєва діяльність автора спрямована на створення ефективного задоволення інформаційних потреб споживача і на досягнення певного впливу на свідомість реципієнта. Основними засобами впливу є мова повідомлення науково-технічного спрямування, яка відображає його основний зміст, смислове наповнення, логічність структури побудови інформаційної складової, яка полегшує процес декодування та сприйняття повідомлення. Структура побудови науково-технічного тексту залежить від жанру та цільової аудиторії. Жанр можна розглядати як своєрідний засіб впливу на свідомість реципієнта.

Ключові слова: автор, мовленнєвий код, комунікація, реципієнт, науково-технічний текст.

ЯЗЫКОВОЙ КОД ВОСПРИЯТИЯ НАУЧНОГО ТЕКСТА В КОММУНИКАТИВНОМ АКТЕ АВТОРА И РЕЦИПИЕНТА

Светлана Грушко

кандидат филологических наук, доцент кафедры перевода и теоретической и прикладной лингвистики Государственного учреждения «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского»,

Одесса, Украина

e-mail: svetagrushko64@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9940-7780>

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются особенности деятельности автора и реципиента на разных этапах коммуникативного процесса в восприятии научного текста. Исследования своеобразного влияния языкового кода на восприятие информации в контексте коммуникативного акта автора сообщения и реципиента в современном информационном обществе принадлежат к наиболее актуальным.

Создание сообщения научно-технической тематики, его публикация направлены на эффективное восприятие информации и на достижение определенного языкового влияния автора сообщения на сознание реципиента через отображение особенностей собственного авторского мышления.

Начало научной коммуникации — потребность в определенной информации реципиентами. Реакция на эту потребность — предложения необходимой информации автором. Информационные потребности реципиентов формируют тематику и содержание научно-технической коммуникации. Автор научного сообщения выбирает наиболее удобный для реципиента способ и канал передачи информации, а реципиент — осуществляет поиск необходимой информации наиболее оптимальным способом и каналом.

Кодирование сообщения, как правило, соответствует кодированию информационной потребности реципиента. Контекст информационного сообщения для автора включает основную цель создания сообщения, для реципиента — удовлетворение информационной потребности. Текст для автора является способом передачи сообщения, для реципиента — источником информации.

Языковая деятельность автора ориентирована на эффективное удовлетворение информационных потребностей потребителей, на достижение определенного влияния на сознание реципиента. Основным средством коммуникации является язык сообщения научно-технической направленности, который выражает его основное содержание, смысловое наполнение, логичность структуры информационной составляющей, облегчающей процесс декодирования и усвоения сообщения.

Структура построения научно-технического текста зависит от жанра и целевой аудитории. Жанр можно рассматривать как своеобразный способ влияния на сознание реципиента.

Ключевые слова: автор, языковой код, коммуникация, реципиент, научно-технический текст.

LANGUAGE CODE OF PERCEPTION OF SCIENTIFIC TEXT IN THE COMMUNICATIVE ACT OF THE AUTHOR AND RECIPIENT

Svitlana Hrushko

Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushinsky»,
Odesa, Ukraine
e-mail: svetagrushko64@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9940-7780>

SUMMARY

The article discusses the features of the activities of an author and recipient at different stages of the communication process in the perception of a scientific text. Studies of the peculiar influence of the language code on the perception of information in the context of the communicative act of the author of the message and the recipient in the modern information society are among the most relevant nowadays.

Creation of a scientific and technical message and its publication are aimed at effective perception of information and achieving a certain linguistic influence of the author of the message on the consciousness of the recipient through the display of the peculiarities of the author's way of thinking.

The beginning of scientific communication is the need for certain information of recipients. The response to this need is the proposal of necessary information by the author. The information needs of the recipients form the subject matter and content of scientific and technical communication. The author of the scientific message chooses the most convenient way and channel for the transfer of information to the recipient, and the recipient searches for the necessary information in the most optimal way and channel.

The coding of the message usually corresponds to the coding of the informational need of the recipient. The context of the informational message for the author includes the main purpose of creating the message, and for the recipient, the satisfaction of the informational need. For the author, the text is a way of transmitting the message, and for the recipient, it is a source of information.

The linguistic activity of the author is focused on the effective satisfaction of consumers' information needs and on achieving a certain influence on the consciousness of the recipient. The main means of communication is the language of the message of scientific and technical orientation, which expresses its main content, semantic content, logical structure of the information component, which facilitates the process of decoding and assimilation of the message.

The structure of a scientific and technical text depends on the genre and target audience. The genre can be viewed as a way of influencing the recipient's consciousness.

Key words: author, language code, communication, recipient, scientific and technical text.

ЛІТЕРАТУРА

- Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. Москва: Наука, 1982. 159 с.
Почепцов Г. Г. Паблик рилейшинз, или Как успешно управлять общественным мнением. Москва: Центр, 2004. 336 с.
Семиног О. М. Читання і компресія наукового тексту у професійній діяльності педагогічних працівників. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету*. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvmdpu/texts/2010_4/14_04.pdf (дата звернення 30.07.2020).
Феллер М. Д. Составление текстовых производственных документов. Москва: Издательство стандартов, 1990. 144 с.

Стаття надійшла до редакції 30.07.2020