

А.Ю. Киселев

Самарский государственный университет

СТРАТЕГИЯ АТТРАКЦИИ И СПОСОБЫ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ДИСКУРСЕ

A. Kiseljew

Staatliche Universität Samara

REALISATIONSMITTEL DER ATTRAKTIONSSTRATEGIE IM POPULÄR-WISSENSCHAFTLICHEN DISKURS

In diesem Beitrag handelt es sich um die Realisation von der Autorenstrategie des populär-wissenschaftlichen Diskurs – die Strategie der Anziehung der Leseraufmerksamkeit.

В истории языкознания можно выделить три научные парадигмы, определившие развитие лингвистической мысли: лингвистический компаративизм, системно-структурное и коммуникативно-прагматическое направления. В данный момент, по мнению Н.Ф. Алефиренко, наблюдается формирование четвертой парадигмы – дискурсивно-когнитивной [1]. Возникновение новой парадигмы связано с появлением «третьего мира», мира объективного знания, данного каждому члену научного сообщества [4]. Появление новой неклассической науки свидетельствует об утверждении нового объекта языкознания: *говорящего субъекта в активной деятельностной позиции*, определяющей его вербальное поведение в различных дискурсивных практиках. Дискурс приобретает в современной гуманитарной науке особый статус, получая новые области определения и десятки толкований. Причина этого заключается в продуктивности дискурсивных процессов, в их ин-

тенсивности и глубине, а также в интегративной силе данного явления, в единении в дискурсе познавательной и коммуникативной деятельности индивида. Дискурсы рассматриваются, таким образом, как функциональные части коммуникативных и более общих общественных и культурных целей или отдельных личностей.

Основоположником теории стратегической обработки дискурса, одного из базовых направлений дискурсивной парадигмы, является Т. ван Дейк. Ее истоком явилась гипотеза о том, что «процесс понимания имеет стратегический характер и не может рассматриваться как процесс, имеющий определенную структуру и подчиняющийся определенным правилам» [2, с.73].

Стратегический подход ориентирован на глобальную семантику текста и дискурса. *Стратегия* в общих чертах – это характеристика когнитивного плана общения, контролирующая оптимальное решение системы задач гибким и локально управляемым способом в условиях недостатка информации о соответствующих (последующих) действиях других участников коммуникации или о локальных контекстуальных ограничениях на собственные (последующие) действия.

Следовательно, *ход* можно определить как такую функциональную единицу последовательности действий, которая способствует решению локальной или глобальной задачи под контролем подобной стратегии. Хотя предлагаемая Т. ван Дейком перспектива исследования на уровне макропропозиций представляют собой достаточно полную концепцию, в ней отсутствуют исследования собственно языкового плана, что оставляет широкое поле для лингвистического анализа готовых речевых продуктов.

В фокусе нашего исследования находится вербальное поведение индивидуумов в особом виде деятельности – научно-популярном дискурсе, сочетающем в себе качества популярности и информативности. В отличие от Т. ван Дейка, который рассматривает стратегии на уровне восприятия текста, мы исследуем стратегии, прослеживая их в тексте и рассматривая сам текст как последовательную реализацию авторских стратегий. В настоящей статье

речь пойдёт об одной из стратегий, наиболее распространенной в научно-популярном дискурсе – стратегии привлечения внимания.

Стратегия привлечения внимания является наиболее важной и неотъемлемой частью любой научно-популярной статьи. От успешной реализации этого первого шага зависит очень многое, ведь он помогает автору достичь желаемого эффекта заинтересованности со стороны потенциального читателя, без которого все дальнейшие стратегические шаги не будут иметь смысла, так как у читателя просто не возникнет желания прочитать статью.

В структурном плане данный тип стратегии находит свое отражение на двух уровнях: на уровне заголовка и на уровне подзаголовка статьи. Для описания языковых реализаций авторской стратегии мы вводим два ключевых понятия: понятие фактуальной составляющей – это чисто фактологический компонент высказывания, и понятие модальной составляющей – та авторская и социальная оценочность, благодаря которой становится возможным эмоциональный контакт с читателем [3]. Таким образом, мы описываем структуру любой последовательности высказываний в тексте, выявляя в ней доминирование либо фактуальной, либо модальной составляющей. По характеру соотношения фактуального и модального компонентов можно выделить три основных типа строения заголовков.

К первому типу относятся заголовки с преобладанием фактуального компонента: **Tunnelbau: 57 Kilometer durch den Fels [Tunnelbau]**. Заголовок статьи обозначает ее тему и косвенно указывает нам на авторскую цель: сообщить о могуществе человека. Для реализации данной цели используется как особая языковая структура заголовка (синтаксический эллипсис), так и способ построения образной канвы сообщения. Первое слово маркирует сферу деятельности – туннелестроение; далее следует разъяснение, ключевыми словами которого являются **57 Kilometer** и **Fels**. Предлог **durch** служит средством передачи силы и движения. В реализации авторской стратегии, таким образом, задействованы синтаксический и лексический уровни языковой системы. В заголовке

преобладает фактуальный компонент, так как автор не прибегает к каким-либо особым средствам привлечения внимания, позволяя себе лишь наметить тему, о которой пойдет речь далее.

Ко второму типу относятся заголовки, в которых доминирует модальный компонент: **Ruhe, bitte! [Ruhe, bitte!]**. В данном случае на первый план вынесена цитата одного из героев статьи. В структуре представлен модальный компонент, выраженный формой повелительного наклонения и восклицательным типом предложения. Для заголовков подобного типа характерно наличие эмоциональной окраски, которая воздействует на эмотивную сферу читателя. С другой стороны, автор словно выхватывает часть живого действия, разворачивающегося в статье. Для того, чтобы заинтересовать неспециалиста в данной области, автор находит иной путь воздействия, представляя ситуацию из другой перспективы – перспективы более близкого человеку отношения возмущения, просьбы, крика.

К третьему типу принадлежат заголовки, в которых присутствуют в одинаковой мере и модальный и фактуальный компоненты, а их соотношение построено либо на конфликте, либо на контрасте: **Gentechnik: die blinde Moral [Gentechnik]**. Данная последовательность высказываний построена по принципу создания конфликта между фактуальным компонентом и модальным компонентом авторской оценки. В первой части заголовка автор обозначает предметную область, о которой пойдет речь, а во второй части вводит свой собственный оценочный комментарий.

Автор статьи добивается, таким образом, внимания со стороны читателя, предлагая ему свой личный взгляд на положение вещей. Иным способом привлечения внимания в данном типе заголовков является создание отношения контраста между фактуальным компонентом и модальным компонентом авторской оценки: **Doping fürs Gehirn [Doping fürs Gehirn]**. Здесь в отношении контраста вступают модальный компонент, выраженный словом **Doping**, и фактуальный компонент, выраженный словом **Gehirn**. Слово **Doping** в данной последовательности высказываний является за-

имствованным из другой области знаний и в сочетании со словом **Gehirn** вызывает у читателя некое недоумение, изумление и интерес – все это и является главной целью автора на данном этапе стратегии.

Следующим уровнем в структурном плане, на котором находит свою реализацию авторская стратегия привлечения внимания, является уровень подзаголовка статьи. Здесь мы можем выделить две основные схемы соотношения модальных и фактуальных компонентов. К первой схеме относятся подзаголовки, с преобладанием фактуального компонента: **Mit einem neuen Verfahren lässt sich elektrischer Strom aus Körperwärme gewinnen [Gentechnik]**.

В данном подзаголовке фактуальный компонент является доминирующим, сообщает читателю именно ту часть фактологической информации, которая своей уникальностью, новизной, а в чем-то и парадоксальностью, вызывает неподдельный интерес. Автор не прибегает к особым средствам привлечения внимания, будучи уверен в том, что сама фактологическая часть последовательности высказываний своей новизной должна привлечь внимание читателя.

К подгруппе данных подзаголовков относятся некоторые подзаголовки, схема строения которых основана на конфликте между фактуальными компонентами последовательности высказываний: **Lärm verschiedenster Arten umspült uns jeden Tag, manchmal auch nachts. Und macht uns krank – ohne dass wir es merken [Bedrohung]**. Здесь мы видим как фактуальный компонент, маркирующий общепризнанный факт, вступает в отношения конфликта с другим фактуальным компонентом, обозначающим новое слово в исследовании данной проблемы. Подобный авторский ход оказывает воздействие на святую святых читателя – на его стереотипное мышление: автор разрушает стереотип читателя, вызывая его тем самым на откровенный диалог по поставленной проблеме.

Ко второй схеме соотношения модального и фактуального компонентов относятся подзаголовки, в которых это соотношение построено на отношениях конфликта. Здесь можно выделить две подгруппы подзаголовков. К первой подгруппе относятся те под-

заголовки, где конфликт возникает между фактуальным компонентом и модальным компонентом авторской оценки: **Wissenschaftler arbeiten an Arzneien, die einem schwindenden Gedächtnis aufhelfen und das Denken schärfen sollen. Aber wie weit dürfen wir gehen bei der Manipulation unserer grauen Zellen? [Doping fürs Gehirn]**. Данный подзаголовок построен по принципу столкновения фактуального и модального компонентов. В первой части подзаголовка автор реализует фактуальный компонент, сообщая о проводимых исследованиях в области медицины. Во второй же части подзаголовка автор задает читателю вопрос, который, во-первых, ставит под сомнение успешность работы ученых над лекарствами для улучшения памяти, а во-вторых, апеллирует к читателю и заставляет его самого задуматься над данной проблемой. Причем эта апелляция осуществляется на базе отождествления и приравнивания субъектности автора и читателя. Употребляя личное местоимение первого лица множественного числа *wir*, автор максимально приближается к читателю (или приближает читателя к себе). Подобное доверие имеет поистине магическое влияние: читатель, волей-неволей, польщен подобным шагом со стороны автора и не упустит теперь возможности прочесть эту статью. Ко второй подгруппе подзаголовков данного типа относятся те, в которых модальный компонент авторской оценки вступает в конфликт не только с фактуальным компонентом, но и с модальным компонентом социальной оценки: **Der St.-Gotthard Tunnel in der Schweiz wird nach seiner Fertigstellung im Jahr 2015 der längste Tunnel der Welt sein. Das Unternehmen ist eine aberwitzige Herausforderung an die Ingenieurkunst [Tunnelbau]**.

Фактуальный компонент данного подзаголовка представлен в первую очередь указанием названия туннеля, его месторасположения и года окончания строительства. Цель привлечения внимания осуществляется на базе конфликта как между фактуальным и модальными компонентами, так и внутри модального компонента – между его частями. Источником конфликта является сам автор. Он представляет нам сначала фактуальный компонент, затем

модальный компонент, выраженный в социальной оценке данного явления (**der längste Tunnel der Welt**), которая описывает его с положительной точки зрения (исключительность, грандиозность). Для выражения социальной оценки, характеризующейся наличием критерия нормированности / ненормированности явления, используются превосходная степень прилагательного – **der längste** (самый длинный), и будущее время **Futur 1**, выражающее предположение.

Венцом всему служит авторский комментарий, модальный компонент которого вступает в ярко выраженный конфликт как с фактуальным компонентом данной последовательности высказываний, так и с модальным компонентом социальной оценки: **Das Unternehmen ist eine aberwitzige Herausforderung an die Ingenieurkunst**. Здесь модальный компонент выражен эпитетом **aberwitzig** (сумасбродный, опрометчивый). Противопоставление **Präsens** (констатация факта), примененного для выражения авторской оценки, и **Futur 1** (предположение), примененного для выражения социальной оценки, дополнительно подчеркивают конфликтность и радикальность авторского мнения и заставляют читателя задуматься над тем, что же он сам думает по этому поводу. Для этого ему просто необходимо будет начать читать статью.

Авторская стратегия привлечения внимания, таким образом, реализует себя в двух структурных единицах статьи: в заголовке и подзаголовке. Ее реализация осуществляется на базе соотношения модального и фактуального компонентов, причем это соотношение может быть построено как на принципе создания конфликта между данными компонентами, так и на принципе создания контраста между ними. Такой тип стратегии является неотъемлемой частью любой научно-популярной статьи и помогает автору ориентировать читателя на прочтение данной статьи.

Предлагаемые нами приемы исследования позволяют одновременно проследить пути формирования норм вербального поведения коммуникантов в современной и актуальной практике, созданной в процессе интерференции научного и бытового дискурсов.

Библиографический список

1. Алефиренко Н.Ф. Современные проблемы науки о языке. М.: Флинта, 2009.
2. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: 2000.
3. Лайонз Дж. Лингвистическая семантика. М.: 2003.
4. Руденко Д.И., Прокопенко В.В. Философия языка: путь к новой эпистеме // Язык и наука 20 века. М.: Ин-т языкознания РАН, 1995, С. 118 –143.

Источники фактического материала и принятые сокращения

1. GEO Magazin 01/05: Lernen-Serie, Teil 4: Doping fürs Gehirn.
2. GEO Magazin 01/05: Tunnelbau: 57 Kilometer durch den Fels.
3. GEO Magazin 11/05: «Wir werden mit der Bedrohung leben müssen».
4. GEO Magazin 05/08: Gentechnik: die blinde Moral.
5. GEO Magazin 04/07: Ruhe, bitte!