

**А.Е. Киселев\***

*Самарский государственный университет*

## **СИТУАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ДИСКУРСА**

**A.J. Kiseljev**

*Staatliche Universität Samara*

## **SITUATIONS STRATEGIEN DES WISSENSCHAFTLICH-POPULÄREN DISKURSES**

*Im Beitrag werden sprachliche Realisierungsmöglichkeiten der Situationsstrategien im wissenschaftlich-populären Diskurs betrachtet. In der gesamten strategischen Planung wird den Situationsstrategien eine führende existenzielle Rolle gewährt.*

Современная наука о языке развивается в рамках антропоцентрической парадигмы. Мысль о том, что язык представляет собой не просто единство материального и идеального, но является продуктом и отражением сложных психологических процессов постижения человеком своего «Я» и себя в окружающем мире, формирует мощный импульс развития теории дискурса [3]. Постигание глубинных законов функционирования языка в дискурсии предполагает выявление ряда дискурсивных механизмов, формирующих правила выбора говорящим (пишущим) определенных языковых средств в процессе речевой деятельности.

Интерпретативная деятельность реципиента в процессе интеракции направлена на распознавание основных стратегических ходов партнера по общению, которые, в свою очередь, призваны указать реципиенту необходимый вариант понимания излагаемой инфор-

мации, актуализируя тот или иной дискурсивный механизм. Среди стратегий, применяемых автором научно-популярного дискурса, особого внимания заслуживают так называемые ситуативные стратегии. Ситуативные стратегии входят в группу стратегий, которые могут быть обозначены как «стратегии модализации», призванные воздействовать на эмоциональную и волевую сферы реципиента. Данные стратегии направлены на активизацию мышления читателя путем создания определенной ситуации изложения.

Прежде чем перейти к их подробному рассмотрению, представляется целесообразным остановиться на самом понятии «ситуации».

В лингвистике текста *ситуация коммуникации* является одним из параметров текстообразования и включает в себя два компонента: 1) общий характер и 2) обратную связь. Связь предмета с ситуацией общения (временем и местом акта коммуникации) выражается в употреблении указателей ситуации, объединенных под термином *дейксис* [4, с. 177].

Дискурс рассказывания как нарративный компонент научно-популярного дискурса включает в себя реализацию «различных ситуационных моделей, включающих прагматические универсалии, благодаря которым возможно взаимопонимание участников общения» [1, с. 164]. Реализация ситуационной семантики осуществляется рядом прагматических универсалий, среди которых кроме дейксиса находятся: а) указательные местоимения, б) артикли, в) числительные, г) кванторы (временные формы, наклонения), д) личные местоимения, е) обращения (вокативы, хоноративы), ж) перформативы (императив, интеррогатив), з) не перформативно используемые и и) интенциональные глаголы, к) модальные глаголы [6, с. 94, 95].

Основное предназначение указанных прагматических универсалий заключается в создании и представлении ситуации общения.

К. Байер рассматривает «ситуацию» как «ориентацию действующего в мире индивидуума, становящуюся предпосылкой для возможных действий» [5, с. 90]. Подобная трактовка ситуации

общения выделяет ситуацию как «индивидуальные или типичные образцы поведения (ролевые структуры)» [2, с. 200], что в целом соответствует пониманию «ситуации» при изучении моделей вербального поведения индивидуумов в различных дискурсивных практиках.

В рамках данного исследования «ситуация» рассматривается как контекст восприятия излагаемой информации, в пределах которого действуют особые дискурсивные механизмы, отражающие основы стратегической деятельности автора научно-популярной статьи.

Ситуативные стратегии научно-популярного дискурса представляют собой единицы когнитивного плана, призванные воздействовать на эмоциональную и волевую сферы адресата и отраженные в тексте научно-популярной статьи определенным образом. Данный тип стратегии включает в себя два вида стратегий: активные ситуативные стратегии и пассивные ситуативные стратегии.

Ситуативные стратегии управляют рождением образа явления в процессе развертывания дискурса как продукта целой последовательности высказываний: *Sie ist ein Monster aus Stahl, ein Steine fledderndes Ungetüm: die Tunnelbohrmaschine, kurz TBM. Arbeiter haben sie Heidi getauft.... Gerade steht Heidi still* [9].

В данной последовательности высказываний персонификация буровой машины становится элементом факта, трансформируемого под влиянием ситуативной стратегии, вследствие чего читатель начинает верить в то, что машина действительно живет и питается как некий живой организм. В подобной интеграции нарративного и фактуального реализуется конфликт между авторским воображением и реально существующими фактами. Стоит отметить, что уровень и степень персонификации со стороны автора научно-популярной статьи и рабочих неодинаковы. Так, автор персонифицирует и описывает буровую машину с точки зрения сверхмеры (*ein Monster aus Stahl; ein Steine fledderndes Ungetüm*), а рабочие – с точки зрения некоей близости с механизмом (*Heidi*).

Одной из разновидностей реализации ситуативной стратегии модализации в научно-популярном дискурсе является форма статьи-интервью:

**GEO:** Wie ist vor dem „Hauptgipfel“ die Stimmung bei den Delegierten?

**Jan Kowalzig:** Die gute Nachricht vorweg: Inzwischen negiert keine Regierung mehr den Klimawandel, und es gibt einen ersten offiziellen Verhandlungstext. Mit der Wahl Barack Obamas hat auch die US-Regierung endlich aufgehört, sich taub und blind zu stellen. Das ist eine der wichtigsten Voraussetzungen dafür, dass es weitergeht. Die Frage ist, wie. Denn die Verhandlungen sind extrem komplex [7].

Подобный ход позволяет читателю полагаться не на опосредованное изложение информации, а на факты «из первых рук». Жанр статьи-интервью погружает читателя в ситуацию общения в качестве молчаливого наблюдателя диалога, заставляя переживать ее как наяву.

Некоторые научно-популярные публикации не опираются на жанр интервью в целом, но содержат мнения специалистов и врезки прямой речи в текст:

Ein Computer hat kein qualmendes Abgasrohr. Doch obwohl man den Geräten ihre umweltschädigende Wirkung nicht ansieht, entstehen reichlich Treibhausgase bei der Erzeugung von elektrischem Strom für den Rechnerbetrieb.

«Wir haben herausgefunden, dass der Besuch auf einer Internetseite pro Sekunde eine Emission von rund 20 Milligramm Kohlendioxid verursacht», sagt der US-amerikanische Physiker Alex Wissner-Gross, der Ökobilanzen zu Internetseiten erstellt [8].

В подобных научно-популярных статьях ситуативная стратегия также направлена на создание эффекта достоверности, что осуществляется не только добавлением в текст статьи цитат, но и собственными комментариями автора.

Таким образом, реализация автором научно-популярной статьи ситуативных стратегий позволяет читателю получить максимально полную и, соответственно, более достоверную картину описываемого явления.

**Библиографический список**

1. Данилова Н.К. «Знаки субъекта» в дискурсе. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2001. 228 с.
2. Данилова Н.К. Семантика субъекта повествовательного высказывания // Известия Сам. науч. центра РАН. Спец. выпуск «Гуманитарные исследования». Самара, 2003. С. 198–212.
3. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. – М.: КомКнига, 2006. 128 с.
4. Левицкий Ю.А. Лингвистика текста. М.: Высшая школа, 2006. 207 с.
5. Bayer K. Sprechen und Situation. Aspekte einer Theorie der sprachlichen Interaktion. 2. Auflage. Max Niemeyer Verlag, Tübingen, 1984.
6. Habermas J. Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt am Main, 1984.
7. Interview: Auf dem Weg zum Klimagipfel // GEO Magazin. 07/09.
8. Klima: Googeln heizt die Erde auf // GEO Magazin. 03/09.
9. Tunnelbau: 57 Kilometer durch den Fels // GEO Magazin. 01/05.