

ЖАНРООБРАЗУЮЩИЕ ЧЕРТЫ ОБУЧАЮЩЕЙ ПУБЛИЦИСТИКИ: НА ПРИМЕРЕ КНИГИ ИРИНЫ ХАКАМАДЫ

Один из самых популярных жанров современной письменной культуры — нон-фикш. В тексте объединяются жанрообразующие черты публицистического и обучающего дискурсов. Для текста характерно декларируемое автором желание убедить читателя совершить какие-либо определенные действия, сообщая ему общественно-значимую и достоверную информацию.

Основные черты жанра покажем на примере книги Ирины Хакамады «Дао жизни» [1].

Взаимодействие заголовка-символа и подзаголовка книги «Мастер-класс от убежденного индивидуалиста» выполняет помимо основной информационной несколько функций: привлечение внимания, установление доверительного контакта с симпатичным автору понимающим читателем, облегчение ему восприятия информации указанием на жанр книги, самохарактеристика адресанта.

Две максимально краткие номинативные конструкции насыщены эмоциональными оценками, несвойственными научному тексту, однако типичными для современной публицистики и возможными в пособиях по гуманитарным наукам для высшей школы.

Коммуникативная цель определяет основные особенности всего произведения (М. М. Бахтин). И. Хакамада формулирует цель, ориентируя читателя на адресанта, а не на пожелания адресата.

Автор выстраивает свой имидж учителя: коуча и просветителя — опытного, знающего, желающего помочь. Ф.М. Достоевский обдумывал, от первого или третьего лица писать «Подросток». Автор современного текста нон-фикш использует традицию, подробно рассказывая о личной жизни: *<...> став взрослой, я вдруг обрела уверенность в своей самоидентификации. Древний самурайский род вложил в меня мощную энергию жизни и ответственности, но потребовал большой платы. Русская кровь помогает лениться и не обременять себя долгом и дисциплиной. А армяно-лезгинская кровь деда по маме будит воображение и страсть, даже когда я колдую у плиты на кухне. Я перестала печалиться по поводу своей непохожести и <...> решила создать собственный рецепт жизни.*

И. Хакамада создает образ прошедшего многие испытания автора, показывая читателю преимущества обучаться на опыте рассказчика: *И получилось! Мне стало хорошо, и ничто во мне не мешает мне быть счастливой <...> Ну как не поделиться таким результатом?! Так что читайте. Если понравится, у вас тоже получится, только быстрее, чем у меня.*

Создавая образ адресата, автор говорит читателю комплименты: вы умный, обдумываете жизнь, формулируете мечты, осиливаете трудный путь, достигаете целей.

Характеристики и задачи адресанта и адресата включены в дефиницию жанра книги, повествование о реальных и желательных действиях и связаны с важными жанрообразующими признаками — образами прошлого и будущего. Автор, используя тактику мимезиса, показывает события прошлого как реальные в жизни ее самой или ее друзей, насыщает текст подробным описанием деталей. События будущего представлены в книге как желательные и достижимые при соблюдении адресатом рекомендаций. Этот прием объединяет логическое и эмоциональное доказательства и позволяет автору воздействовать на читателя.

Седьмым признаком модели речевого жанра Т. В. Шмелева называет параметр языкового воплощения [2]. И. Хакамада «лавирует» между индивидуальностью и стандартизованностью изложения.

Автор напоминает читателю о своей роли наставника, но выстраивает с ним неофициальные и эмоциональные отношения. Этой стратегией обусловлена синтаксическая неоднородность текста: характерные для строгого научного изложения корректные предложения перемежаются типичными для разговорной русской речи конструкциями.

Текст начинается с сообщения, что это третья книга автора. В. Каверин называл первую фразу камертоном, «к которому прислушивается писатель, проверяя и сохраняя стилистическое единство». Интересное начало привлекает читателя, убеждает купить и прочитать. И. Хакамада начинает текст с классификации своего творчества и формулирования его задач, чтобы потенциальный адресат мгновенно понял, зачем ему необходима эта книга.

Стремление к таксономии предмета обсуждения — черта научного мышления. И. Хакамада постоянно акцентирует внимания читателя на последовательности в классификационных списках:

Критерии успеха кристально чисты и понятны. Это:

деньги;

профессия;

место в социальной иерархии;

и — о, наконец! — слава.

Долгое время последовательность критериев оставалась неизменной.

Но потом явление тотального заболевания пиаром изменило ее:

слава (чего бы это ни стоило);

деньги;

социальный статус;

профессия (что-то туманное, едва различимое).

Все выглядит вполне гладко. Тогда почему же возникает чувство неуверенности, откуда берутся проблемы повышения самооценки, куча комплексов, <...> и вообще глобальная усталость?

Изредка списки классифицируют потенциальные проблемы читателей, обычно списками автор дает рекомендации. В списках варьируется

количество компонентов: 2 — 7. После длинного списка приводится короткий. Разнообразно и оформление списков: цифры, тире, абзацный отступ, диалог из коротких реплик. После списка, как правило, автор эксплицирует вывод, который необязательно связан со списком советов причинно-следственными закономерностями. Но чаще связь выражена, например список вводится метафорической номинативной конструкцией: *инструменты успеха*. Называются 4 компонента и сообщается: *Вывод: успех — не цель, а образ мышления. И этот образ можно создать, и он станет реальностью.*

Неунифицированность изложения была бы грубой ошибкой в текстах научного или делового дискурсов. Однако в тексте нон-фикшн чередование оформлений развлекает адресата. Отсутствие однообразия не дает возможности читателю представить «горизонты ожидания», разрывает шаблоны восприятия, подчеркивает интимный характер сообщения по-научному классифицированной информации.

Методическая информация — способы и приемы усвоения материала адресатом — в научном тексте должна быть замечена адресатом и войти в его сознание как важная, ключевая. Автору публицистического текста желательно ее скрыть от адресата. В тексте нон-фикшн автор объединяет методическую информацию с инструктивной: важно не только научить адресата чему-либо, но и убедить действовать в соответствии с полученным знанием.

Навязчивость инструктивной информации увеличивается нагнетанием советов: *Не бойтесь быть дебютантом, главное — непрерывно учиться, но не коллекционируя дипломы, а учиться по жизни.* Навязчивость методической информации снижается использованием метафор: *Теперь о расширении сознания. <...> Итак, как расширить сознание? Как играть на всех клавишах, предоставленных нам Вселенной, как укрепить в себе дух самостоятельного творца своей жизни? <...> Разберемся для начала с самим понятием «расширение сознания». <...> Договорились: расширить сознание значит — впустить в себя Вселенную.*

В обучающих текстах обязательны определения и желательно их давать всем важным терминам. И. Хакамада, следует правилу, но обычно дает дефиниции неполные или через отрицание. Такие не совсем корректные определения не воспринимаются как ошибочные, потому что характерны для устной формы публичной коммуникации. Например, называя книгу мастер-классом, И. Хакамада использует сравнительную дефиницию через отрицание. Чем является мастер-класс, читатель не узнает, поскольку его внимание будет перенаправлено на свойства мастера — автора текста.

По месту в смысловой и синтаксической структурах текста различают первичную и повторную информацию. Наличие в книге повторений И. Хакамада оправдывает не своей небрежностью, а необходимостью для читателя усвоить важные сведения. Помимо явных повторов текст насыщен клишированными выражениями, тем, что Б. М. Гаспаров, следуя положениям М. М. Бахтина о речевых жанрах, назвал коммуникативными фрагментами

— операционными единицами языковой памяти, мыслимыми в целостности и излучающими поле ассоциаций [3]. Такие единицы помогают читателю быстро и не напрягаясь получить информацию: *помощь от сердобольного коллеги, минимум затрат — максимум (разное), качество жизни, регулировать график, самостоятельно принимать решения и нести за них профессиональную ответственность....*

Автор нон-фикшн обязан сообщать достоверную информацию. И. Хакамада не увлекается основанными на семиотических предпосылках модификации модели мира реципиента преобразованиями условно нейтрального описания события (Ю. И. Левин, А. Н. Баранов и др.). В тексте книги мало примеров аннулирующих, фингирующих или индефинитизирующих преобразований. Однако И. Хакамада активно использует свойственные публицистике модальные преобразования, которые «включают» в описание ситуации оценки, общие у адресанта и адресата пресуппозиции, а вместе с ними и мифологемы. Благодаря этому в сознании адресата «смешиваются» представления о мире реальном и мире мечты.

Метафора в научном тексте выполняет три основные задачи: максимально точное выражение авторской мысли, привлечение внимания адресата к фрагменту текста, воздействие на читателя. В нон-фикшн помимо этих функций метафоры выполняют важную для обучающего текста функцию объяснения. И. Хакамада умеет и в метафору-объяснение включить инструктивную информацию: *любое технократическое понятие или ряд положений можно изложить с помощью образов, включив воображение. Для этого используются метафоры и сравнения. Тогда речь становится «вкусной»!*

Наиболее часто И. Хакамада объединяет в одном высказывании или в одном сложном синтаксическом целом сравнение и метафоры:

Не так просто отыскать мечту в куче соблазнов. Все равно что иголку, надо извлечь ее из стога сена в виде люксовых тачек, сумок «Биркин», квартир и навороченных часов.

Почему все с таким трудом, с надрывом, не взлетая подобно орлу на мощных крыльях, а словно карабкаясь на Эверест? Почему, когда, потратив годы, доходят до вершины, радости хватает на считанные мгновения?

Метафора в тексте варьируется, слегка изменяется, чтобы читатель прочно усвоил авторское понимание названного понятия или события.

В гуманитарной научной сфере, как и в других видах институционального и личностного взаимодействия людей, значимы избираемые участниками речевые стратегии. Важно понимать весь смысл, заложенный автором в текст, и цели его автора, создающего в тексте картину мира. Такое понимание возможно, если в сознании адресата сформировано представление о жанре и его особенностях. Если тексты жанра становятся популярными, филологи обязаны рассказать носителям языка о жанрообразующих признаках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хакамада, И.М. Дао жизни: Мастер-класс от убежденного индивидуалиста. — М., 2012 [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://litfile.net/web/324898/388000-389000>. — Дата доступа 12.10.2015.
2. Шмелева, Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи: Сборник науч. ст. — Саратов, 1997. — Вып. 1. — С. 88–98 [Электронный ресурс] — Режим доступа: www.twirpx.com/file/505555/ — Россия. — Дата доступа: 11.09.11.
3. Гаспаров, Б.М. Язык. Память. Образ. Лингвистика языкового существования. — М., 1996. — С. 117, 133.