

**Интенциональность текста научно-популярной журналистики на примере
журнала «Машины и механизмы»**

Научный руководитель – Прокофьева Наталья Анатольевна

Шайкенов Вячеслав Олегович

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа
журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербург, Россия

E-mail: shaikenov.vyacheslav@mail.ru

Цель публицистического текста - воздействие на определённые социальные группы. Речевое взаимодействие моделируется автором текста, но в значительной степени зависит от читателя или слушателя. С одной стороны, автор стремится выразить себя в тексте, проявить своё мастерство и знание, но, с другой стороны, он ограничен фактором адресата. Читатель самостоятельно интерпретирует текст с опорой на собственный культурный фон. Получается, автор моделирует некий идеальный текст, в котором учтены как интересы автора, так и предполагаемые возможности читателя. Представление об этом идеальном тексте - это коммуникативная цель, конечный результат речевого взаимодействия.

В идеальном тексте находят своё речевое воплощение интенции - коммуникативные намерения говорящего. Е. С. Кара-Мурза трактует интенциональность как свойство субъекта речи, выражающее целеустремлённость и заинтересованность [1]. Получается, интенциональность публицистического текста является совокупностью интенций [2]. К ним относятся как объективные интенции (определённые неличностными факторами - профессиональными стандартами, особенностями жанра и т.д.), так и индивидуально-авторские интенции. Таким образом, интенциональность - это, метафорически выражаясь, план реализации коммуникативной цели.

Главная задача журналиста, работающего в научно-популярной сфере, - это популяризация научного знания. Популяризация - это предложение читателю информации на доступном ему языке, стремление заинтересовать читателя, определённым образом прорекламировать научное знание. Так как научно-популярный текст принадлежит публицистическому стилю, ему свойственны не только информативные, но и фатические интенции, которые обеспечивают установление и поддержание контакта, оценку предмета речи и коммуникантов, развлечение аудитории и многое другое. Задача популяризации делает фатическую составляющую научно-популярного текста значительно важнее, чем, скажем, в информационных или аналитических текстах. В этот комплекс интенций помимо информативных входят оценочные интенции (тезис «Наука - это благо»), суггестивные интенции (тезис «Наука не скучна, а занимательна»), интенции предупреждения (тезис «Лженаучные практики опасны») и многие другие. Из этого следует что реализация информативных и фатических интенций взаимосвязаны на всём его протяжении.

В современной медиасреде может наблюдаться изменение интенциональности текстов. Причиной этого является рост информационного потока, вынужденная конкуренция медиа, которые обращают больше внимания на численные показатели аудитории, репутацию издания, коммерческий успех и иные факторы. Фатические интенции начинают преобладать над информативными и в ряде случаев становятся текстообразующими: создание имиджа издания, развлечение доминируют над информированием. Справедливо это и для научно-популярной журналистики. Передаче информации уделяется меньше внимания, тогда как акцент делается на убеждение и приглашение к прочтению (текст создаётся,

чтобы анонсировать какую-то научную сферу и предложить читателю в дальнейшем изучать её самостоятельно). Также необходимо учитывать, что чтение научно-популярных медиа зачастую воспринимается читателем как признак высокого социального статуса, что только усиливает воздействие текста. На текстовом уровне изменение интенциональности может проявляться как отступление от классической научно-популярной статьи и использование комплексных жанров, яркая выраженность диалогичности, существенное редуцирование информационного потока.

Для подтверждения данной гипотезы был рассмотрен научно-популярный журнал «Машины и механизмы». Целью анализа было выявление средств популяризации и контактоустановления, а также интенциональных маркеров.

Было обнаружено, что наличие тех или иных интенциональных маркеров или обращения к средствам контактоустановления обусловлено проблематикой текста и его коммуникативной целью. Взаимодействие информативных и фатических интенций приводит к приращению смыслов. В некоторых случаях интенции научно-популярного текста логически противоречат друг другу. Так, в материале «Для нашей пользы» (№3.2019) речевое оформление интенции предупреждения (тезис «Ртуть опасна» - *Минаматская конвенция призвана постепенно вывести из обихода вещи, которые содержат ртуть; ртуть используется вопреки своей токсичности; все ртутные препараты были запрещены в России в 1998 году*) сталкивается с оформлением суггестивной интенции (тезис «Ртуть полезна» - *давайте вспомним, что сегодня дает нам ртуть; в хлорной промышленности ... сегодня не могут совсем обойтись без ртути; в этом рассказе ртуть - практически атрибут прогресса* и др.). На первый взгляд, журналист доказывает противоречащие тезисы, однако интенциональный анализ показывает, что такая антитеза не приводит к затруднению восприятия, а создаёт новый смысл - «Ртуть полезна, но опасна».

Таким образом, интенциональность в научно-популярном тексте реализуется во всей совокупности языковых средств. Любой языковой элемент может быть использован для реализации фатических интенций. Поскольку коммуникативной целью подобных текстов является популяризация, любые средства реализации фатических интенций работают на популяризацию.

Источники и литература

- 1) Кара-Мурза Е. С. Полиинтенциональность медиатекста (на материале путеводителя как досугового издания) // Медиатекст как полиинтенциональная система. СПб., 2012. С. 33 – 40.
- 2) Теоретические основания и принципы анализа: учеб.-науч. пос. / Под ред. К. А. Роговой. СПб., 2011.