

УДК 801.73

## **СОЗДАНИЕ МЕТАФОРЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ЗНАНИЯ В ТЕКСТЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ БРОШЮРЫ**

**Е.М. Исакова**

Тверской государственной университет, Тверь

Рассматривается вариант схемы создания метафоры продвижения знания в тексте образовательной брошюры; раскрываются механизмы риторико-рефлексивного анализа применительно к дискурсу образования.

**Ключевые слова:** *метафора продвижения знания, дискурс образования, дискурс туризма, метафора участия, метафора создания знания.*

Последние исследования показывают, что язык туризма это многогранный междисциплинарный тип дискурса, который черпает информацию из различных областей, таких как искусство, архитектура и т.д. В связи с этим отмечается, что путеводители и туристические брошюры являются наиболее показательными письменными жанрами, относящимися к дискурсу туризма [6, с. 25]. Таким образом, через язык туризма как набор определённых языковых средств, техник и символов брошюры помогают конструировать так называемое «пристальное внимание туриста» (tourist gaze), управляя «видением туриста» (tourist glance) как на подготовительной стадии, так и на самом этапе туристического опыта, т.е. в процессе туристической поездки. Иными словами, дискурс туризма и его риторика не только обладают способностью создавать туристические направления, но и представляют собой первую ступень «потребления» данного направления, которая начинается задолго до приезда в описываемую местность и на далёком от неё расстоянии. Риторика туристического дискурса оказывает решающее воздействие на пробуждение рефлексии реципиента – читателя туристической брошюры.

*Образовательные брошюры* с описанием образовательного учреждения являются частью *дискурса образования*, неразрывно связанного с дискурсом туризма. Риторика текста образовательной брошюры имеет те же механизмы, что и риторика туристического дискурса, и так же способна пробуждать рефлексию реципиента-читателя.

На данном этапе прослеживается чёткая связь с античными представлениями о риторике как «науке убеждать», в арсенале которой имеется развитая теория тропов и фигур. Ж. Дюбуа, в связи с этим, определяет риторiku как «убеждающую коммуникацию», а риторическую функцию речи – как функцию целенаправленного воздействия речи на её получателя [2]. Опорой для детального раскрытия механизмов работы риторики текста образовательной брошюры послужит теория, пред-

ложенная М.Н. Макеевой для художественных текстов [1, с. 16], наиболее отвечающая потребностям данного исследования.

Текст образовательной брошюры как уникальная знаковая система пронизан «точками риторического усилия» – текстовыми ситуациями, которые воспринимаются реципиентом как потребность постижения смысловой мозаики дискурсивно, с учётом рефлексивных опор, намеченных продуцентом текста при его создании. Точки риторического усилия актуализируются с помощью маркеров риторической ситуации – строевых элементов языка туризма, представленных импликационно-экспликационными средствами, сигналами для пробуждения рефлексии реципиента, его желания посетить описываемый объект и учиться там. Риторическая ситуация воспринимается реципиентом в процессе понимания текста как взаимное пересечение проекций содержания текста и текстовых средств на создаваемую ими реальность.

Риторическая ситуация может быть представлена в тексте образовательной брошюры различными средствами актуализации, т.е. маркированностью текста с помощью фонетических, интонационных, грамматических, лексических, словосочетательных, и других средств текстообразования. Широкое использование актуализаций в тексте образовательной брошюры позволяет лишить его автоматизма, привлечь внимание и зафиксировать рефлексю в действительности пояса мыслительной коммуникации, в одном из трёх поясов схемы мыследеятельности, разработанной Г.П. Щедровицким [3, с. 287]. Стоит отметить, однако, что при производстве текстов образовательной брошюры именно этот пояс (М–К), т.е. пояс вербализации содержательности, задействован в большей степени. В процессе понимания фиксация рефлексии может происходить ещё и в поясе мыследействования, которому соответствуют представления, явления, ментальные «картинки», возникающие у реципиента после прочтения образовательной брошюры. Также задействованным при понимании оказывается и пояс чистого мышления, в нём фиксируются «чистые», т.е. невербализованные смыслы и идеи.

Для того чтобы проследить, каким образом текст образовательной брошюры воздействует на читателя, обратимся к риторико-рефлексивному анализу – изучению и описанию воздействия риторических средств, приёмов и способов текстопостроения на процессы рефлексии, понимания и использования герменевтических техник в ходе рецепции текста дискурса образования.

Понятие герменевтических техник, способствующих эффективному выведению субъекта в рефлексивную позицию [1, с. 53], является ключевым для понимания природы воздействия текста образовательной брошюры на воображение читателя, на пробуждение его рефлексии, и самое главное – на его желание посетить описываемое туристическое направление. Особое внимание следует обратить на группу авторских

герменевтических техник, т.е. риторических техник, которые используются именно автором текста образовательной брошюры для выведения реципиента в рефлексивную позицию.

Среди риторических техник, используемых на страницах брошюр, выделяются следующие техники: метафоризации; экспликации и импликации; актуализации; создания многослойного образа.

Подробнее остановимся на техниках метафоризации. Итак, техники метафоризации, основанные на метафоре и иных тропах (эпитеты, гиперболы, синекдоха и др.), направлены на достижение дифференциации, на выделение своеобразных черт и особенностей описываемого объекта за счёт использования различных экспрессивных средств и стилистических приёмов. Успех использования данного приёма *дифференциации* можно объяснить высказыванием Эрика Коена: «Современного человека интересуют вещи, зрелища, обычаи и культуры, отличные от его собственной потому, что они другие (different) [5, с. 165]. Наличие в текстах дискурса образования данных приёмов и техник позволяет говорить о более широком явлении – существовании *метафоры продвижения знания* (knowledge promotion metaphor).

По результатам предпринятого нами исследования схему создания и использования метафоры продвижения знания в текстах образовательных брошюр Кембриджской Международной школы [4]) и школы D'Overbroeck's в Оксфорде [7] можно представить с помощью рисунка.

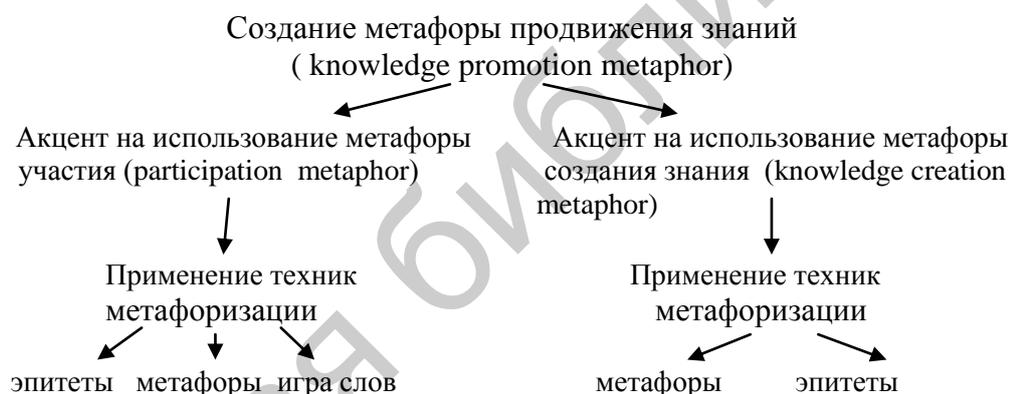


Рис.

Примеры приёмов, используемых в случаях, когда делается акцент на использовании метафоры участия:

ЭПИТЕТЫ: *d'Overbroeck's is a co-educational school throughout. Life is co-educational after all. The school is small enough for everyone to feel an important part of a close-knit community.* МЕТАФОРЫ: *A family school, at ease with itself and with a strong sense of community. Good schools are cauldrons of creative energy -and of synergy: where teachers and pupils are at ease with each other.* ИГРА СЛОВ: *Every school has a head. Some schools also have a heart* [7].

Примеры приёмов, используемых в случаях, когда делается акцент на использовании метафоры создания знания:

**МЕТАФОРЫ:** *The intelligent application of new knowledge to solve contemporary problems is the hallmark of these companies. Our aim is... to inspire, challenge and enthuse.* **ЭПИТЕТЫ:** *Education should not just be about knowledge, or skills. It must be about combination of the two – the skillful application of knowledge* [6].

### **Список литературы**

1. Макеева М.Н. Риторика художественного текста и её герменевтические последствия [Текст] : дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / М.Н. Макеева ; Тамбов. гос. тех. ун-т. – Тамбов, 2000. – 326 с.
2. Общая риторика [Текст] : пер. с фр. / Ж. Дюбуа, Ф. Пир, А. Тринон и др. – М. : Прогресс, 1986. – 392 с.
3. Щедровицкий Г.П. Избранные труды [Текст] / Г.П. Щедровицкий. – М. : Шк. Культ. Полит., 1995. — 800 с.
4. Cambridge international school prospectus [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cambridgeinternationalschool.co.uk/information/prospectus-request/>. – Загл. с экрана.
5. Cohen, E. Toward a Sociology of International Tourism [Текст] / E. Cohen // Social Research. – 1972. – Vol. 39. – Pp. 164–189.
6. Dann, G. The language of tourism: a sociolinguistic perspective [Текст] / G. Dann. – UK : CAB International, 1996. – 298 p.
7. d'Overbroeck's Colledge / Leckford Place brochure [Электронный ресурс] / Режим доступа: [www.doverbroecks.com](http://www.doverbroecks.com). – Загл. с экрана.

### **CREATION OF A KNOWLEDGE PROMOTION METAPHOR IN THE TEXTS OF EDUCATIONAL BROCHURES**

**E.M. Isakova**

Tver State University, Tver

The article describes the scheme of knowledge promotion metaphor creation as well as the mechanisms of rhetoric – reflexive analysis applied to the discourse of education.

**Keywords:** *knowledge promotion metaphor, discourse of education, discourse of tourism, language of tourism, participation metaphor, knowledge creation metaphor.*

*Об авторе:*

ИСАКОВА Елена Михайловна – аспирант кафедры английской филологии Тверского государственного университета, e-mail: [e.m.isakova@mail.ru](mailto:e.m.isakova@mail.ru)