

В.Ю. Якубова

СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ СЕМАНТИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА 'КОММЕНТАРИЙ АВТОРА' В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ТЕКСТЕ

Рассматриваются лексические и синтаксические средства, которые служат для вербализации семантического субкомпонента 'комментарий автора' в научно-популярных статьях периодических изданий на английском и русском языках. В результате проведенного исследования был выявлен набор языковых средств, служащих для повышения экспрессивности научно-популярного текста и реализации его прагматических целей. Установлено, что наиболее частотными в статьях на обоих языках являются оценочные средства и метафоры, средства разговорной речи, а также сочинительные союзы в начале предложения. В комментарии автора в русскоязычных статьях по сравнению с англоязычными текстами более употребительны вопросительные и императивные предложения.

В современной лингвистике исследования текста и дискурса осуществляются в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистического знания, "в установки которой входят принципы обязательного рассмотрения каждого языкового явления, каждой языковой формы по ее участию в выполнении языком двух его важнейших функций – когнитивной и коммуникативной" [1, с. 519]. Коммуникативный подход рассматривает текст как язык в действии, а когнитивный раскрывает характеристики текста по формированию и передаче знания. В современном информационном обществе существует необходимость адекватной передачи нового научного знания с

целью пропаганды научных открытий и актуальных разработок. Значительную роль в формировании интереса общества к науке играют научно-популярные газетные тексты.

Статус научно-популярного типа речи в системе функциональных стилей не имеет однозначного определения в современной лингвостилистике. Ряд исследователей рассматривают научно-популярный текст как разновидность научного стиля (М.П. Брандес, И.Р. Гальперин, Т.А. Тимофеева, Н.М. Разинкина, М.Н. Кожина и др.); некоторые ученые считают, что научно-популярный текст представляет собой отдельный стиль в системе функциональных стилей (Н.Н. Маевский, Г.А. Васюченко, А.В. Степанов и др.). Мы присоединяемся к первой точке зрения, поскольку научно-популярный текст сохраняет основные особенности, характерные для научного текста: содержит новое знание – результаты научных исследований [2; 3]; имеет сходное с научным текстом содержание и сходные стилеобразующие экстралингвистические факторы, которые определяют закономерности функционирования в речи языковых средств.

Научно-популярный текст обладает рядом характеристик, обуславливающих его особенности как типа текста. В частности, основной коммуникативной целью научно-популярного текста является популяризация нового знания для неспециалистов – “перевод” специальной научной информации на язык неспециального знания” [4, с. 236]. Кроме того, научно-популярный текст связывает ученых и читателей, передавая последним новую и важную научную информацию в доступной и увлекательной форме. Специфично для данного типа текста также и то, что в качестве адресата выступают читатели-неспециалисты, а в качестве адресанта – не только ученый, но и журналист, который в необходимой мере владеет предметом описания.

Данное исследование проводилось на материале 100 статей англоязычных газет (“The Washington Post”, “The New York Times”, “The Independent”, “The Sunday Times”, “USA Today”) и 100 белорусских газет на русском языке (“Народная газета”, “Советская Белоруссия”, “Обозреватель”).

Что касается семантики научно-популярного текста, то он имеет прототипическую схему построения, которая передает специфику его содержания – семантическую структуру (суперструктуру). Согласно концепции Т.А. ван Дейка суперструктура представляет собой “конвенциональную схему, форму для организации структуры текста как целого, которая существует независимо от локальных или глобальных значений текстов и от их содержания и задает общую схему текста” [5, с. 255]. В суперструктуре изучаемых текстов были выделены две основные группы семантических компонентов: ‘научное исследование’ и ‘комментарий’. В данных суперструктурных компонентах, в свою очередь, был выделен ряд субкомпонентов: в семантическом компоненте ‘научное исследование’ – субкомпоненты ‘научная проблема’, ‘гипотеза’, ‘эксперимент’, ‘перспективы исследования’, ‘результат исследования’, ‘практическое применение нового научного знания’, в компоненте ‘комментарий’ – субкомпоненты ‘коммента-

рий автора', 'комментарий ученого (специалиста)', 'комментарий неспециалиста' [6, с. 259]. Одним из наиболее употребительных семантических компонентов суперструктуры научно-популярного текста является компонент 'комментарий автора', который отражает точку зрения автора по теме статьи и управляет вниманием читателя. В вербализации данного компонента в изучаемых текстах участвуют средства лексического и синтаксического уровней языка, которые служат для вербализации авторской точки зрения, воздействия на читателей путем формирования у них определенного отношения к исследовательской деятельности ученых и ее результатам.

Анализ научно-популярных статей на английском и русском языках показал, что наиболее употребительным средством вербализации компонента 'комментарий автора' в статьях на обоих языках являются средства оценки (табл. 1).

Таблица 1

Лексические средства вербализации комментария автора
в англо- и русскоязычных научно-популярных статьях

Лексические средства	Англоязычные статьи		Русскоязычные статьи	
	количество употреблений	употребительность, %	количество употреблений	употребительность, %
Оценочные лексические единицы	256	46,6	756	37,9
Метафора	110	20	433	21,7
Разговорные лексические единицы	56	10,2	295	14,8
Личные местоимения	46	8,4	159	8
Аллюзия	27	4,9	54	2,7
Эпитет	20	3,6	143	7,2
Сравнение	12	2,2	17	0,8
Ирония	10	1,8	8	0,4
Метонимия	4	0,7	2	0,1
Антитеза	3	0,5	7	0,3
Литота	3	0,5	30	1,5
Каламбур	2	0,4	1	0,05
Междометие	1	0,2	27	1,4
Фразеологизм			35	1,7
Перифраз			22	1,1
Гипербола			4	0,2
Эвфемизм			2	0,1
Каламбур			1	0,05
Всего	550	100	1996	100

Как видно из табл. 1, комментарий автора в русскоязычных статьях характеризуется более широким диапазоном и большим количеством средств языковой выразительности, чем в англоязычных. Этот факт можно объяснить влиянием современной тенденции к размыванию стилевых границ и употреблению языковых единиц, характерных для различных стилей речи [7, с. 14], и отечественная пресса, на наш взгляд, в большей степени подвержена данной тенденции, чем англоязычная. При этом наиболее употребительные лексические средства в текстах на обоих языках одинаковы – это оценочные средства, метафоры и разговорные лексические единицы.

Семантический компонент ‘комментарий автора’ в статьях на обоих языках характеризуется широким употреблением оценочных средств. Это свидетельствует о том, что основная прагматическая функция данного субкомпонента заключается в убеждающем воздействии на читателя. Важно отметить, что здесь оценочные средства отражают точку зрения журналиста и представляют собой способ воздействия на читателя с целью вызвать у него интерес к научным исследованиям, уважительное отношение к деятельности ученых и ее результатам и таким образом сформировать общественное мнение по той или иной научной проблеме. Апеллируя к эмоциям читателей, автор в доступной форме характеризует проблему, явление или человека, что легко воспринимается и запоминается читателем. Например, в статье об исследовании дамб автор дает положительную оценку его научной значимости и актуальности: *The study, published in the online journal ScienceXpress, is **important** because there is a huge debate taking place within the scientific community about how fast and how far sea levels will rise over the coming decades.* В статье о новой методике пересадки органов, разработанной и апробированной белорусскими учеными, авторская оценка имеет значение практической ценности и значимости: *Методика, разработанная профессором Третьяком и его учениками, стала **спасением** именно для таких пациентов.* Оценивая явления или события как значимые для общества, имеющие практическую ценность, выражая положительную оценку личности, автор стремится сформировать соответствующее отношение адресата к ним.

Субкомпонент ‘комментарий автора’ в статьях на английском и русском языках также характеризуется высокой степенью метафоричности (20 и 20,4 % лексических средств соответственно). Широкое использование метафор, на наш взгляд, обусловлено прагматической установкой газетной статьи, призванной оказывать воздействие на массового читателя, а также передать новое знание в интересной и доступной пониманию читателя форме. Так, в статье об исследованиях масштаба обозримой Вселенной и возможностей внеземных контактов автор ее сравнивает с неполным стаканом, что вызывает ассоциации с повседневным житейским опытом и реализует доступность излагаемой информации: *So **the cosmic glass is still half full or half empty**, depending on your personal inclinations.* В статье о новой успешной операции метафора, которую употребляет автор, также

объясняет научную информацию так, что она доступна пониманию читателя любого уровня знаний: *Когда больной поступил в Республиканский научно-практический центр “Кардиология” в Минске, врачи приняли решение провести операцию сразу в трех артериальных отделах, то есть на “трех этажах”*.

Кроме того, данный семантический компонент характеризуется употреблением лексики, свойственной разговорному стилю речи. Например, в статье о необычных именах и их влиянии на психологию их носителей автор использует разговорное выражение *to flunk out* ‘провалиться на экзамене’¹ вместо стилистически нейтрального *to be expelled*: *In college they [children with odd names] were more likely to flunk out or become “psychoneurotic”*. В статье об эпилепсии автор также употребляет разговорное, эмоционально окрашенное существительное *шушуканье* вместо нейтрального *разговор*: *И ныне человек с диагнозом эпилепсия жалуется на то, что ловит напряженные взгляды, слышит шушуканье² за спиной после “публичного” приступа*. Следует отметить, что употребительность разговорной лексики выше в статьях на русском языке (10,2 % в англоязычных статьях и 13,7 % в русскоязычных), что можно объяснить стремлением белорусской прессы охватить более широкую аудиторию читателей по сравнению с англоязычной. Разговорная лексика способствует усилению экспрессии газетного текста, и ее использование в научно-популярной статье призвано привлечь внимание читателя к тому или иному факту, приблизить текст к опыту повседневной жизни читателя, а также заставить адресата поверить, что ему вполне по силам понять объясняемую научную информацию. Таким образом, у адресата создается впечатление простоты и доступности информации.

Характерной особенностью комментария автора в статьях на обоих языках является также употребление личных местоимений первого и второго лица (*я, мы, you, we, I*) и притяжательных местоимений, гносеологически связанных с личными местоимениями (*our, наш, наши*). Употребляя местоимение 1-го лица, автор подчеркивает собственное участие в описываемом событии или то непосредственное отношение, которое он имеет к теме статьи, собственную компетентность и значимость в передаче информации читателям, эксплицирует личный опыт. Например, в статье об исследованиях полезных свойств яиц автор рассказывает о своем личном опыте употребления этого продукта: *One of my earliest breakfast memories is of a soft-boiled egg, served in a special dish that seemed as common in family kitchens as cereal bowls are today*. В русскоязычных статьях автор зачастую отождествляет себя и читателей как представителей одной культуры, что свидетельствует о его стремлении вызвать доверие читателей: *У нас иная*

¹ Толкование слова взято нами из словаря: The Concise Oxford Russian Dictionary. – Oxford: Oxford Univ. Press, 1998. – P. 641.

² Толкование слова взято нами из словаря: Ожегов, С.И. Словарь русского языка: Ок. 57000 слов / С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведова ; под ред. чл.-корр. АН СССР Н.Ю. Шведовой. – 18-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 1986. – С. 783.

“традиция”: начинаем ценить здоровье, когда его теряем... Кроме того, автор может обращаться напрямую к адресату, употребляя местоимения второго лица. Например, в статье о специальной диете для профилактики множественного склероза автор обращается к читателям, мотивируя их к чтению статьи: *What **you** are about to read is not an endorsement of any particular diet as a therapy for multiple sclerosis.* В статье о синдроме хронической усталости автор выступает в роли собеседника и дает читателям практическую рекомендацию: *И раз страховки от стресса – большого и очень большого – **вам** никто не даст, нужно учиться его преодолевать.* Такое употребление местоимений способствует созданию диалога в научно-популярном тексте и выполняет функцию привлечения и удержания внимания адресата.

Отличительной особенностью компонента ‘комментарий автора’ в русскоязычных статьях является употребление модальных частиц различной семантики (*даже, ведь, уж, и, вот* и др.), что придает высказыванию большую экспрессивность. Такое употребление можно объяснить стремлением автора приблизить изложение к разговорному стилю речи и вызвать доверие читателя, создав впечатление простоты и доступности информации. Например, в статье о разработке ГМО частица *уж* усиливает значение необходимости их производства: *Слишком **уж** очевидны преимущества, которое дает эта технология.*

Что касается экспрессивных синтаксических средств, то русскоязычный текст характеризуется более широким их употреблением, чем англоязычный, что отражено в табл. 2.

Таблица 2

Синтаксические средства вербализации комментария автора
в англо- и русскоязычных научно-популярных статьях

Синтаксические средства	Англоязычные статьи		Русскоязычные статьи	
	количество употреблений	употребительность, %	количество употреблений	употребительность, %
Сочинительные союзы в начале предложения	90	33	187	24,4
Выдвижение и вводные конструкции	56	20,5	58	7,6
Присоединительные конструкции	44	16,1	10	1,3
Эмфатические конструкции	26	9,5	19	2,5
Вопросительные предложения	26	9,5	167	21,8
Инверсия	10	3,7		

Императивные предложения	9	3,3	56	7,3
Эллипсис	7	2,6	25	3,3
Параллельные синтаксические структуры	3	1,1	17	2,2
Номинативные предложения	2	0,7	10	1,3
Восклицательные предложения			128	16,7
Многоточие			52	6,8
Определенно-личные предложения			31	4,1
Парцелляция			5	0,7
Всего	273	100	765	100

Анализ табл. 2 показывает, что наиболее употребительным экспрессивным синтаксическим средством вербализации компонента ‘комментарий автора’ в статьях на обоих языках являются сочинительные союзы в начале предложения. Их употребление служит “для акцентирования важной информации и привлечения к ней внимания читателя” [8, с. 97]. Например, в статье об исследовании головного мозга употребление союза *but* в начале предложения позволяет привлечь внимание адресата ко второй части высказывания, которую автор считает наиболее значимой: *Their chemical signals activate neurons in the hypothalamus region of the brain that trigger satiety. But if the connection is not made, the craving for food continues.* В статье о полезных свойствах молока употребление союза *и* в начале предложения усиливает эффект, производимый второй частью высказывания, а также демонстрирует убежденность автора в правильности того, о чем он сообщает: *Многие, например, сомневаются в полезности хлеба. И исключают этот продукт из своего рациона, что в корне неверно!*

Характерной особенностью русскоязычных статей по сравнению с англоязычными является высокая употребительность вопросительных предложений (риторические вопросы и вопросно-ответные комплексы) (22 %), а также императивных предложений (17 %). Вопросительные предложения способствуют установлению контакта с читателем, побуждают его задуматься над поставленным автором вопросом и искать ответ в тексте статьи, а также удерживают его внимание и интерес в процессе чтения статьи, поскольку изложение становится более динамичным. Так, в статье о новой методике диагностики заболеваний автор задает вопрос, ответ на который может быть интересен читателям с точки зрения применения в повседневной жизни: *Объяснив природу длительной головной боли, можно теперь подступиться к решению другой задачи – как избавиться от нее?*

Императивные предложения имеют прямую воздействующую направленность на адресата научно-популярного текста и ориентируют его на произведение или непроизведение ответных речевых действий. Императивы помогают автору реализовать установку на убеждение читателя, что во многом обусловлено прагматической направленностью газетного текста, ориентированного на массовую аудиторию. В исследованных статьях императивы носят рекомендательный характер, что типично для статей, посвященных проблемам медицины, психологии, а также направляют ход мыслей читателя в определенную сторону. Так, в статье о клеточных технологиях автор побуждает читателя думать и делать определенные выводы: *Вот и считайте: каждый день в отделении реанимации — около 1 000 долларов, из них 300 — на медикаменты.*

Интересно, что авторы русскоязычных статей довольно часто прибегают к употреблению многоточий, что не характерно для англоязычных текстов. В таких случаях высказывание, как правило, прерывается с помощью многоточия, после чего следует информация, на которой автор делает смысловой акцент: *И только потом был рассекречен истинный пусковой механизм “блокадного” прецедента — им оказалась... соль.* Многоточие позволяет заинтересовать адресата и даже заинтриговать его, что делает повествование более интересным для массового читателя.

Таким образом, семантический компонент ‘комментарий автора’ выполняет функции убеждающего воздействия, а также формирования положительного общественного мнения по различным аспектам научных исследований. Компонент ‘комментарий автора’ в русскоязычных белорусских статьях характеризуется более значительным количеством экспрессивных языковых средств, нежели в англоязычных, что проявляется в широкой употребительности средств оценки, метафор, вопросительных и императивных предложений. Авторы белорусских русскоязычных статей имеют тенденцию к установлению диалога с читателем и большей экспрессивности изложения. В свою очередь, авторам англоязычных статей свойственно наиболее широкое употребление средств оценки и метафор, а также инициальных сочинительных союзов, что свидетельствует о тенденции к большей четкости, конкретности изложения фактов и их оценке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кубрякова, Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова; Ин-т языкознания РАН. — М. : Языки слав. культуры, 2004. — 560 с.
2. Баженова, Е.А. Выражение преемственности и формирования знания в смысловой структуре русских научных текстов : На материале современных лингвистических текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Е.А. Баженова. — Воронеж, 1987. — 16 с.

3. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова; Ин-т русского языка им. В.В. Виноградова РАН. – М. : ООО «ИТИ Технологии», 2003. – 944 с.
4. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 696 с.
5. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
6. Якубова, В.Ю. Структура газетного научно-популярного текста на английском и русском языках / В.Ю. Якубова // Материалы ежегод. науч. конф. преподавателей и аспирантов университета, 25–26 апр. 2012 г. : в 5 ч. / отв. ред. Н.П. Баранова. – Минск : МГЛУ, 2012. – Ч. 2. – С. 259–261.
7. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта, 2008. – 264 с.
8. Сысоева, Т.А. Реализация стратегии автора в текстах массовой коммуникации / Т.А. Сысоева // Стратегии коммуникативного поведения: материалы докл. междунар. науч. конф., Минск, 3–4 мая 2001 г. : в 3 ч. – Минск : 2001. – Ч. 1. – С. 95–99.

The article considers the lexical and syntactic means used to increase expressiveness of popular science texts in English and Russian. The results of the research show that the most widespread lexical means used in articles in both languages are evaluative means, metaphors, colloquialisms and the use of coordinative conjunctions in the initial position. A wide use of interrogative and imperative sentences is typical of Russian articles.

Поступила в редакцию 01.07.2013