

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО И ТИПОЛОГИЧЕСКОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

Н. В. Егоров

КОМПОЗИЦИОННАЯ СТРУКТУРА МЕДИЙНОЙ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ СТАТЬИ НА АНГЛИЙСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

Автор рассматривает композиционную структуру медийных информационно-аналитических статей научно-популярного дискурса на английском и белорусском языках. Композиция представляет собой универсальную схему структурной организации текста, где отражены строение, взаимное расположение и связь ее составных частей. В медийных научно-популярных статьях на двух языках наблюдается идентичная композиционная структура – заголовок, подзаголовок, лид, основная часть, заключение, послетекстовые блоки (ссылки, сноски, примечания). Все композиционные части выполняют закрепленные за ними прагматические функции, наличие которых вызвано необходимостью реализации автором коммуникативных установок, предопределенных особенностями научно-популярного дискурса.

Хотя композиция отражает лишь общее членение содержательной структуры текстовой материи, она считается важным параметром, поскольку обладает информативностью. Организация научной информации по определенной композиционной модели как индикатора направления познавательной деятельности с выделением ее главных этапов следует признать эффективной с коммуникативной точки зрения, поскольку она «обеспечивает рациональный способ кодирования и декодирования научного знания, способствует ориентации читателя в содержании» [1, с. 24] как научного, так и научно-популярного текста.

Под композицией понимается «схема организации структурной упорядоченности целого текста (произведения), отражающая строение, соотношение и взаимное расположение его частей, членение на смысловые элементы, степень и характер выраженности этих элементов, порядок их следования и взаимосвязь между ними» [2, с. 168].

Фактическим материалом настоящего исследования послужили 100 информационно-аналитических статей научно-популярного профиля из американских изданий «Popular Mechanics», «Popular Science», «National Geographic», «The New York Times», «Nature», «Science» и статей того же жанра из белорусских журналов «Беларуская думка», «Родная прырода» и газеты «Звязда» за период 2014–2019 гг. Анализ материала проводился с применением методов контекстуального, количественного и сопоставительного анализа.

В рамках композиционной структуры медийной информационно-аналитической статьи научного-популярного дискурса нами выделены следующие композиционные части: *заголовок, подзаголовок, лид, основная*

часть, заключение, послетекстовые блоки (ссылки, сноски, примечания). Некоторые авторы объединяют заголовок, подзаголовок и лид в заголовочный комплекс [3; 4].

Заголовок служит первым компонентом структуры научно-популярной статьи, занимая стилистически «сильную» позицию в тексте. Являясь самым кратким связным текстом [5, с. 360], заголовок служит отправной точкой для установления контакта автора с читателем и задает общую интонацию общения между ними [6]. В анализируемых статьях научно-популярного дискурса заголовки представлены словами и словосочетаниями (*The Water (Re-)Cycle* ‘(Повторный) цикл воды’¹ (Popular Science, 03–04.2017); *Каштоўная сыравіна* (Родная прырода, 06.2018)), простыми предложениями (*We See Your Pain* ‘Мы видим вашу боль’ (Popular Science, 07.2015); *Беларусь можа заняць месца на перспектыўным рынку беспілотнікаў* (Звязда, 11.12.2018)); сложными предложениями (*Bugs Are In Our Food – And That’s Ok* ‘Жучки – в нашей еде, и это нормально’ (National Geographic, 02.2017); *Распрацавана мабільная праграма, якая дапаможа людзям з тугавухасцю* (Звязда, 21.10.2016)). Синтаксическая структура заголовков научно-популярных статей отражена в таблице.

Синтаксическая структура заголовков научно-популярных статей информационно-аналитического характера на двух языках

Тип заголовка		Употребительность в статьях, %	
		англоязычных	белорусскоязычных
Слово и словосочетание		42	34
Предложение	простое	48	62
	сложное	10	4

Англо- и белорусскоязычные заголовки обладают экспрессивностью, поскольку в них, как правило, используются оценочные лексические единицы, разговорная лексика, игра слов, вопросительные и восклицательные предложения. В примере *Bird Brainiacs* (National Geographic, 02.2018) автор обыграл тему интеллекта птиц игрой слов *bird* и *brain* ‘пернатые умники’. В примере на белорусском языке *Выць ці не выць ваўку ў Беларусі?* (Родная прырода, 12.2017) внимание читателя привлекается к теме истребления данного хищника в Беларуси.

Приведенные выше примеры демонстрируют прагматические функции заголовков медийных научно-популярных статей: 1) информативно-познавательная – сообщение центральной темы статьи; 2) вводно-ориентационная (прогностическая) – привлечение и подготовка читателя к восприятию и пониманию содержания; 3) интригующая (рекламная) – возбуждение интереса, создание определенной загадочности вокруг описываемого в статье

¹ Здесь и далее перевод наш.

научного явления; 4) графическая – визуальное выделение заголовка с помощью шрифтового и цветового оформления (экстралингвистических средств) для придания всей статье наглядности и выразительности, а также разграничения медийных материалов на страницах печатного издания. По сути заголовок вызывает у адресата определенные ожидания и, тем самым, способствует формированию у него соответствующей коммуникативной установки.

Лид (вводка по Т. А ван Дейку [7]) необходим адресанту для быстрого «погружения» читателя в содержание статьи. Анализ информационно-аналитических статей показал, что употребление данного композиционного элемента в белорусскоязычных публикациях (96 %) носит системный характер и встречается практически в два раза чаще, чем в англоязычных статьях (51 %). Таким образом, в американском научно-популярном медиадискурсе ему отводится факультативная роль.

Данный композиционный элемент выступает связующим звеном между заголовком и основной частью статьи. Приведем пример лида в англоязычной статье «The Internet Knows What You Did Last Summer» ‘Интернет знает, что вы делали прошлым летом’ (Popular Mechanics, 03.2016): ***Data analytics is growing more sophisticated by the minute, monitoring your behavior in ways you haven't even thought about. This is fascinating, terrifying – and might save your life*** ‘Аналитика данных с каждой минутой становится все более изощренной, за вашим поведением наблюдают таким образом, что даже сложно представить. Это завораживает, наводит ужас и может спасти вашу жизнь’. Приведем пример лида в статье на белорусском языке «Чаму чалавецтва пакуль не знаходзіць разумнага жыцця ў космасе» (Звязда, 11.09.2018): ***Дзе ж гэтыя таямнічыя і нябачныя іншاپланецяне? Існуюць яны на самай справе ці іх выдумалі пісьменнікі-фантасты? А можа, яны вельмі добра ад нас хаваюцца?***

Следует отметить, что лид в медийных научно-популярных статьях на сопоставляемых языках практически всегда выделяется шрифтом, цветовым фоном или иным графическим способом.

В лиде содержится наиболее важная информация в краткой, концентрированной форме об освещаемом в статье научном знании. В функциональном плане назначение лида состоит в привлечении и интенсификации внимания адресата к содержанию статьи. В целом наличие в статьях лида предопределено требованием релевантности, т.е. необходимостью представления важной информации в начале сообщения [4; 8]. По мнению М. И. Шостака, лид создается автором с учетом читательского интереса, но не столько сообщает, сколько оттягивает сообщение главной информации в текст статьи [9].

Следующим композиционным элементом является *подзаголовок* (внутреннее заглавие по Н. В. Кириченко [10]), который носит факультативный характер [7, с. 256]. Анализ статей показал примерно одинаковый показатель использования подзаголовков в англоязычных (68 %) и белорусскоязычных (67,3 %) статьях. Подзаголовки выражены словосочетаниями,

простыми предложениями, где в лаконичной форме представлено содержание фрагмента текста, или вопросительными предложениями, ответ на который автором приводится в последующем отрывке. Например, подзаголовок *The Little Skate Walks Using The Same Nerves And Genes As Mammals* 'Скат двигается благодаря тем же нервным клеткам и генам, что и млекопитающие' из англоязычной статьи «Primitive Fish's Sea-Floor Shuffle Illuminates The Origins Of Walking» 'Передвижение примитивной рыбы по дну моря проливает свет на истоки ходьбы' (Nature, 08.02.2018) выступает кратким содержанием следующего за ним фрагмента основного текста. В статье на белорусском языке «Навукоўцы знайшлі спосаб зазірнуць у самае сэрца цемры» (Звязда, 28.07.2017) подзаголовок *Як гэта працуе?* задает тон дальнейшему повествованию и подталкивает адресата к прочтению ответа на поставленный вопрос.

Прагматическая функция подзаголовков состоит в том, что они уточняют и дополняют тему сообщения, придают статье четкую структуру, т.е. выполняют роль «текстового информатора и коммуникативного организатора» [10]. Одновременное использование подзаголовков для деления текстовой материи статьи на структурно-смысловые части способствует адекватному восприятию читателем содержания и акцентирует его внимание на каждом смысловом фрагменте, тем самым способствуя формированию у него ментальной модели текста, т.е. его *макроструктуры* [7]. Например, в англоязычной статье «Did You Miss The Cryptocurrency Boat?» 'Опоздали на рейс до криптовалюты?' (Popular Mechanics, 04.2018) для раскрытия сути понятия криптовалюты автор использует три пронумерованных подзаголовка (01. *The Currency* '01. Типы Валют'; 02. *The Tools* '02. Приложения'; 03. *The Timing* '03. Расчет Времени'), что способствует четкому структурированию основной части статьи и выделению полезной для читателя информации. В белорусскоязычной статье «Формула вады» (Родная прырода, 02.2018) встречаются четыре подзаголовка (*Хімічныя "невідзімкі"*; *Кантроль сцёкаў*; *"Рэдкае птушка даляціць да сярэдзіны Дняпра..."*; *Як "адмыць" ваду?*). Таким образом, через сегментирование статьи на отдельные смысловые фрагменты с подзаголовками автор постепенно раскрывает главную тему, равномерно распределяя внимание читателя по всей публикации.

Основная часть эксплицирует и конкретизирует тематическое ядро научно-популярной статьи. В проанализированных статьях на обоих языках отмечено как наличие сегментации текстовой материи на смысловые части, оформленные с помощью подзаголовков или целых цитатных блоков, выделенных отдельным шрифтом или цветовым фоном, так и полное отсутствие рубрик, т.е. основная часть статьи может представлять собой единый смысловой блок.

Заключительная часть в научно-популярной статье не имеет соответствующего заголовка, как в научной статье («Conclusion; Заключение»). Также автор статьи, как правило, отдельно не выделяет данный композиционный элемент особым шрифтом или цветом. Заключение обычно выражено в последнем абзаце статьи, поскольку в нем конкретизируется информация

о новом научном знании, подводится итог в форме мнения автора или ученого/специалиста о научном исследовании и его дальнейших перспективах, т.е. заключение фактически выражает рему всей статьи – ее основной смысл. Примеры на сопоставляемых языках: *Paying with your phone in the current environment is like driving an electric car. You're not alone, and there is some infrastructure to support you, but before you head out, you need to know exactly where you're going. And you need to tell everyone you know just how much you're improving the world by doing it* [заключительное мнение автора] ‘Оплачивать покупки с помощью телефона в современном мире – это все равно что водить электромобиль. Вы не одиноки, развитие инфраструктуры налицо, но перед поездкой нужно четко определить направление движения. Также нужно всем твердить о том, насколько мир становится лучше благодаря тому, что вы пользуетесь этой технологией’ (Popular Mechanics, 08.2015); Вадзім Белявец [дацэнт кафедры археалогіі, кіраўнік археалагічных раскопак] рэзюмаваў: “Вынікі раскопак у Яскавічах дазваляюць выказаць здагадку, што далейшыя археалагічныя даследаванні на Беларускай Палесі дазваляць выявіць і іншыя помнікі, якія адносяцца да эпохі заключнага этапу этнагенезу славян, і тэорыя аб тым, што прарадзімай сучасных славянскіх народаў было менавіта Палессе, атрымае новыя пацверджанні” [заключительное мнение ученого-археолога] (Звязда, 18.07.2018).

В ряде исследуемых статей за заключительной частью следуют блоки добавочной информации, которые представляют собой ссылки или примечания автора. Примером может служить статья «Baldness: The Last Frontier» ‘Облысение: последний рубеж’ (Popular Mechanics, 04.2017), где обсуждается проблема облысения и в конце публикации автором размещаются ссылки на перспективные методы лечения:

Micro-needling

STATUS: Available in some doctor's offices

HOW IT WORKS: Doctors prick balding areas of the scalp with very tiny needles. The tiny injuries cause the skin to go into repair mode, which in turn releases cytokines that make hair go into a growing phase. Micro-needling has been used on its own, but has also been shown to be effective in conjunction with Rogaine.

‘Микроукалывание

СТАТУС: услуга оказывается некоторыми врачами

КАК ЭТО РАБОТАЕТ: Врач обкалывает облысевшие области головы очень тонкими иглами. Кожные покровы начинают процесс восстановления и стимулируют выработку цитокина, который активирует у волос фазу роста. Микроукалывание применяется отдельно, но также оказалось эффективным в комплексе со средством Rogaine.’

Приведем пример белорусскоязычной статьи *Дыханне гарадоў* (Родная прырода, 01.2018) об экологической обстановке в белорусских городах, где в конце публикации автором размещена краткая справка *Трэба ведаць* о наиболее распространенных в воздухе вредных веществах:

ТРЭБА ВЕДАЦЬ

Фармальдэгід – бясколерны газ з моцным пахам. Ён выдзяляецца з розных будаўнічых матэрыялаў і аўтатранспарту. Выклікае галаўны боль, хранічны насмарк, раздражненне вачэй, алергічныя рэакцыі і хранічныя захворванні дыхальных шляхоў.

Аксід вугляроду – газ без колеру і паху, які выдзяляе аўтатранспарт. Выклікае мляснасць і галаўны боль.

Цвёрдыя часціцы рознага дыяметру ўяўляюць сабой сумесь арганічных і неарганічных рэчываў, і таму ацаніць іх уплыў на здароўе досыць складана. Тым не менш, яны выклікаюць кашаль, прыступы астмы і прыводзяць да павелічэння смяротнасці з прычыны рэспіраторных захворванняў.

Несмотря на схожесть композиционной структуры медийных научно-популярных статей на сопоставляемых языках, следует отметить и различие. Использование лида белорусскоязычными авторами носит системный характер, тогда как в американских статьях данное композиционное звено встречается в два раза реже, т.е. играет роль факультативного элемента.

Композиция носит универсальный характер и отражает общее членение семантической структуры медийных научно-популярных статей на английском и белорусском языках. Каждый из композиционных элементов играет определенную прагматическую роль и используется автором статьи для реализации соответствующих коммуникативных установок, обусловленных научно-популярным дискурсом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карпилович, Т. П. Коммуникативные категории научного дискурса / Т. П. Карпилович. – Минск : МГЛУ, 2018. – 160 с.
2. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М. : Флинта, 2003. – 696 с.
3. Фатина, А. В. Функционирование заголовочных комплексов в современной российской газете (стилистика-синтаксический аспект) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. В. Фатина ; С.-Петербург. гос. ун-т. – СПб., 2005. – 25 с.
4. Ким, М. Н. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для вузов / М. Н. Ким. – СПб. : Питер, 2011. – 400 с.
5. Рождественский, Ю. В. Лекции по общему языкознанию / Ю. В. Рождественский. – М. : Высш. шк., 1990. – 381 с.
6. Дускаева, Л. Р. Фатика как речевая форма реализации развлекательной функции в медиатексте / Л. Р. Дускаева, Н. А. Корнилова // Гуманитарный вектор. – 2011. – № 4 (28). – С. 67–71.
7. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : сб. работ : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк ; сост. В. В. Петров ; под ред. Герасимова. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.

8. *Клинк, Е. И.* Коммуникативное моделирование жанра имиджевой статьи (на материале газетно-журнальных текстов на русском языке) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. И. Клинк ; Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург, 2014. – 27 с.
9. *Шостак, М. И.* Журналистика новостей / М. И. Шостак // Журналист. – 1997. – № 9. – С. 59–62.
10. *Кириченко, Н. В.* Специфика выражения коммуникативной задачи предтекстов в композиционно-смысловой структуры научно-популярной статьи / Н. В. Кириченко // Функциональные разновидности речи в коммуникативном аспекте : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. Н. Кожинной. – Пермь, 1988. – С. 61–68.

The article deals with the compositional structure of media news and analytical articles in English and Belarusian popular science discourse. The articles in both languages have an identical composition including, but not limited to the headline, crossheading, lead, main body, the concluding part, and additional sections (references, remarks, and notes). The above components perform certain pragmatic functions stipulated by the author's communicative intentions.

Поступила в редакцию 10.07.2020

В. В. Завацкая

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале англо-, итало- и русскоязычных печатных СМИ)

Статья посвящена выявлению закономерностей употребления онимов (в том числе прецедентных) в сопоставительном аспекте.

В проведенном исследовании установлены закономерности функционирования онимов (в том числе прецедентных), выявлен функциональный потенциал контекстного употребления различных видов онимов, разработан алгоритм семантико-прагматического анализа публицистического дискурса.

Сравнительный анализ публицистического дискурса разных стран позволяет определить как закономерности мирового общенационального характера, так и черты, свойственные той или иной стране.

В рамках теории прецедентности, возникшей на базе теории интертекстуальности, выделяются прецедентные имена, прецедентные высказывания, прецедентные тексты и прецедентные ситуации. Данные феномены работают на социумно-прецедентном, национально-прецедентном, а также универсально-прецедентном уровнях [1, с. 96]. Каждый из видов прецедентных феноменов имеет свои критерии и характеристики. Для проведения исследования на материале нашей работы, фундаментальным понятием является **прецедентное имя**, под которым понимается широко известное имя собственное, которое используется в тексте не для обозначения конкретного человека (города, организации и т.д.), а в качестве культурного знака или символа определенных качеств, событий.