

ASD – An Anglo-Saxon Dictionary based on the manuscript collections of the Late Joseph Bosworth edited and enlarged by T. Northcote Toller. – Oxford: Oxford University Press, 1898. – 1302 p.

LB – Layamon's Brut or Chronicle of Britain. A poetical semi-saxon paraphrase of the Brut of Wace. By Sir Frederic Madden: in 3 vol. – London: society of antiquaries of London, 1847. – 659 p.

MED – Middle English Dictionary / ed. by R. E. Lewes. – University of Michigan Press, 2000. – 511 p.

CT – The Canterbury Tales by Geoffrey Chaucer. – Bantam Book, 2006. – 642 p.

CWS – Complete Works of Shakespeare with notes by Malone, Steenens and others: in 4 vol. – Philadelphia: David McKay, 1888. – Vol. II. – 752 p.; Vol. III. – 690 p.; Vol. IV. – 872 p.

SFQ – Spenser's Fairie Queene / ed. by J. C. Smith. – Oxford: Clarendon Press, 1961. – Vol. II, B. IV–VII. – 536 p.

The object of investigation in the given article is the inactive structure containing verbs of sound. The purpose of research consists in a step-by-step diachronic analysis of semantic and syntactic peculiarities of the structure mentioned and those of formally similar structures. The analysis conducted revealed that the inactive structure appeared in the Middle English period. Changes in the case system of the noun resulted in its appearance in the language. Further distribution of the inactive structure in the language continued in Modern English.

*Поступила в редакцию 12.11.2019*

**С. Ф. Чистая**

## НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ТЕКСТ КАК ДИСКРЕТНАЯ ЕДИНИЦА АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИАДИСКУРСА

В статье обосновывается возможность рассмотрения научно-популярного текста как репрезентанта медийного дискурса. Для этого во внимание принимается интегральная модель указанного текста и постулируются экстралингвистические предпосылки его создания, представленные, главным образом, каналом трансляции, фактором адресанта и фактором адресата. Акцент делается на своеобразии научно-популярных текстов англоязычных качественных СМИ. Его детализация позволяет конкретизировать жанровую палитру научно-популярного изложения в медиа и квалифицировать детерминологизацию заимствуемого научного материала в процессе популяризации науки как отличительный признак соответствующих публикаций.

Традиционным подходом к изучению специфики научно-популярного текста является его сопоставление с текстом научным и установление степени и способов его преобразования по отношению к последнему. В то же время по-разному определяется дискурсивно-стилевой статус научно-популярного изложения: как отдельной разновидности или как подвида научного дискурса и обеспечивающего его научного стиля. Связано это с информационно-смысловой составляющей научно-популярного текста, которая коррелирует с выбранной областью научного знания. Соответственно, базовыми условиями для выделения данной типологической разновидности выступают оперирование концептами отдельной научной сферы и опора на научные источники получения информации. Вместе с тем подчеркивается феномен дискурсивно-стилевой контаминации / погранич-

ности научно-популярных текстов, прочитываемой из самого термина, поскольку их целеполагающей установкой является популяризация результатов научных изысканий, т.е. донесение потенциально востребованных научных сведений до широкой аудитории, состоящей из неспециалистов.

Изложенная точка зрения характерна для большинства лингвистических школ, занимающихся вопросами вариативности языка и классификации подязыков, соотносящихся с ними типов текста, а также закономерностями текстопорождения. Например, суммарно она отражена в предложенной В. Е. Чернявской типологии текстов сферы научной коммуникации, которые классифицируются ею в зависимости от выполняемой функции. Так, научно-теоретические тексты реализуют исследовательские цели и вербализуют новое научное знание, тексты научно-информационные сообщают о новом научном знании, в научно-критических текстах новое научное знание подвергается осмыслению, научно-учебные тексты создаются для учебных целей, тексты научно-популярные распространяют научные данные среди тех, кто не причастен к науке [1, с. 38–39]. Эта и многочисленные подобные классификации указывают не только на общую для научных и научно-популярных текстов цель передачи научного знания, но и на маргинальность научно-популярных текстов в силу иной адресованности: адресат научно-популярного текста не ограничен фактором принадлежности к науке.

Ключевыми экстралингвистическими параметрами, которые также следует учитывать при обособлении научно-популярного текста, являются канал его трансляции и та платформа, на которой он создается. Наблюдения за реалиями сегодняшнего дня позволяют сделать заключение, что научно-популярный текст стал неотъемлемым атрибутом средств массовой информации. Количественно и по степени охвата аудитории научно-популярные тексты СМИ, бесспорно, превосходят продукцию источников исключительно научно-популярного профиля.

В современной научной литературе можно встретить точку зрения, согласно которой научно-популярный текст является единицей медиадис-курса. В этой связи привлекает внимания концепция В. В. Хорольского, где он структурирует медиапространство в виде типологии медийных текстов с учетом их сферы использования, проблемно-тематической и смысловой направленности. Выглядит указанная типология (с предпринятыми нами сокращениями в части мотивов, что не влияет на понимание ее сути) следующим образом:

1. Политический медиатекст (основные мотивы: власть, выборы, демократические реформы, гражданское общество, партийная жизнь, политическое лидерство, общественная полемика, социально-политическая агитация, международные конфликты, войны и т.д.).

2. Экономический медиатекст, или бизнес-текст (основные мотивы: модернизация экономики, инвестиции, деловое сотрудничество, торговля, финансовые кризисы, экономика и НТР, уровень жизни, развитие промышленности и сельского хозяйства, безработица и т.д.).

3. Рекламный медиатекст (основные мотивы: продвижение товаров и услуг, развитие и повышение культуры торговли, просвещение потребителя и т.п.).

4. Социокультурный медиатекст (мотивы: деятельность различных слоев и групп населения, производственные и бытовые отношения, образование и воспитание, здоровье людей, нравы и обычаи разных стран и народов и т.д.).

5. Пиар-текст (мотивы: имидж и репутация, агитация, медиарилейшнз, работа с персоналом фирмы и т.д.).

6. Юридический медиатекст (мотивы: законы и их нарушения, уголовный процесс и адвокатура, арбитраж, силовые ведомства, гражданское и административное право и т.д.).

7. Научно-популярный медиатекст (основные мотивы: достижения и провалы науки, сенсационные открытия, положение ученых в обществе, столкновение научных школ, научно-технологические революции и др.)

8. Программа радио- и телепередач, прогноз погоды и т.п. [2, с. 28–29].

Очевидная эклектичность данной типологии представляется нам неизбежной. Она обусловлена самой природой конвенционально выделяемого медиадискурса, собирательно отражающего коммуникативные возможности соответствующей сферы деятельности и состоящего из продуктов интердискурсивного свойства. Так, изначально интердискурсивный научно-популярный медиатекст может одновременно быть материализацией политического, экономического, юридического и других дискурсов.

Фиксация факта представленности научно-популярного текста в типологии научных текстов и в типологии текстов медийных возвращает нас к уже упомянутому в преамбуле тезису о его дискурсивно-стилевой контаминации и подтверждает состоятельность данного тезиса. Более того, открывается перспектива для дальнейшей детализации этого явления. В своем исследовании А. А. Тельнова, изучив контаминацию научно-популярного текста с позиции функциональной стилистики, трактует ее как итог взаимодействия газетного стиля и стиля научной прозы в процессе создания текста, подразумевающим переработку научной публикации в соответствии с нормами газеты. В результате в научно-популярных статьях что-то остается от научного стиля и что-то приобретает от газеты с возможным превалированием атрибутов научного изложения или практически полной трансформацией в газетный текст. Как итог, адаптация исходного научного текста к стандартам массовой коммуникации, т.е. в изменяющихся условиях его функционирования, отражает связь между текстом и условиями его создания, которые по степени значимости подразделяются на ведущие и второстепенные. Сфера коммуникации и тип адресата относятся к ведущим условиям, содержательный аспект текста и роль адресанта в его создании – к второстепенным [3, с. 1–6].

Исследователи Т. Н. Хомутова и С. Г. Петров разработали интегральную модель научно-популярного текста, состоящую из четырех взаимосвязанных секторов. Когнитивный сектор – это сегмент специального научного знания, объективного и представляющего закономерности окружающей действительности. Одновременно передача знания посредством научно-популярного текста предполагает ориентацию на потенциального потребителя-неспециалиста, которая заключается в упрощенном изложении научного материала и выдвигании его практической пользы. Социальный сектор научно-популярного текста является следствием социального пространства, в рамках которого он создается, включающего его социальные концепты, модели социального поведения, участников коммуникации, уровень научного знания

в социуме и научном сообществе. Культурный сектор выделяется благодаря опоре научно-популярного текста на культурные ценности конкретного народа. Языковой сектор научно-популярного текста соотносится с планом выражения и находится в прямой зависимости от специфики иных секторов, прежде всего представляющих план содержания. Он складывается из средств языка, позволяющих в доступной форме донести до потребителя научные сведения, а также учесть упомянутые социальные концепты и культурные ценности [4, с. 39–40]. Логичным после изучения приведенной модели выступает тезис о том, что научно-популярному тексту присущ особый коммуникативный фон, поскольку он являет собой «материальное воплощение сопряженных коммуникативных деятельности представителей научного сообщества как генератора научного знания, представителей журналистского цеха как медиаторов, звена передачи этого знания, и языкового сообщества в целом как реципиента этого переработанного научного знания» [Там же, с. 40].

Регулярная работа посредством Интернета с медиа Великобритании и США позволяет констатировать: все известные нам англо-американские новостные порталы и издания качественной прессы содержат научную рубрику *Science* как обязательный элемент контента, что, вне сомнения, обусловлено высокой развитостью научной сферы указанных стран. Обращение к данной рубрике и последующий переход по ссылкам приводят к обнаружению большого спектра текстов разнообразной научной тематики. В мире англоязычных СМИ существуют понятия *science writing* и *science journalism*, обозначающие научную журналистику и свидетельствующие о двойной природе текстов, которые порождаются в результате данного вида журналистской деятельности.

Внимания заслуживает адресант научно-популярного текста, который не обязательно имеет отношение к научной деятельности. В англо-американском медиaprостранстве он нередко принадлежит к *journalists of the field*. Это журналисты, специализирующиеся на отдельной проблематике, включая научную. Более узкие понятия *science journalists* и *science correspondents* закреплены за создателями медиатекстов, доносящими сугубо актуальные научные сведения до широкой аудитории. Ими могут быть специалисты в сфере СМИ, приобретшие специальные знания или дополнительно получившие специальное образование, приглашенные ученые, выступающие в роли журналистов, эксперты-практики, имеющие отношение к очерченной научной отрасли и т.п. Справку об авторе можно получить из ссылок, содержащихся в медиаисточнике.

Исследователь М. В. Загидуллина, изучив современные тенденции научной журналистики, в частности, проанализировав ее приоритеты в США, вывела универсальный свод принципов профессионально грамотной популяризации науки. Первый принцип – редуцирование сложного научного явления до общего представления, характерного для потенциального адресата, как правило, массовой аудитории. Второй принцип – использование аналогии, т.е. сравнение научного явления с бытовым. Третий принцип заключается в демонстрации эмоционального отношения к научным реалиям.

Четвертый принцип сопряжен с практическим прогнозом, акцентирующем практическую значимость научного события. Далее следует принцип пропаганды, предполагающий активную интеграцию научных достижений в общество и предъявление научных достижений как одной из ключевых стратегий социального развития. Завершает спектр принципов мастерство изложения материала, общее – безотносительно специализации – требование к профессиональной культуре журналиста. Оно включает жанровое разнообразие, баланс глубины детализации и расчета на неподготовленную аудиторию, дозирование терминологического присутствия в материале, соблюдение интересов ученых и читателей [5]. Данные принципы в полной мере характерны для научно-популярного изложения в англо-американских СМИ. В практическом плане особый интерес для лингвиста представляет то, как они преломляются в жанровой палитре научно-популярного текста, объеме эмоциональной окраски и оперировании его создателями терминологической лексикой.

Интегрированность научно-популярного текста в медиасреду, безусловно, детерминирует его жанровую картину, поскольку авторы научно-популярных публикаций должны передавать информацию, следуя канонам традиционных медиажанров. Оправданным в нашем случае является обращение к жанрово-видовой классификации англо-американских медиатекстов, отраженной в трудах Т. Г. Добросклонской. Она включает новости (тексты раздела «news»), информационную аналитику и комментарий (тексты разделов «analysis, opinion, comment»), публицистику (тексты-очерки группы «features») и др. Данная классификация была выведена с учетом выполняемых медиатекстами функций. Новости – это информационные тексты, которые, главным образом, реализуют функцию сообщения. В медиааналитике взаимодействуют функции сообщения и воздействия через выражение оценки и мнения. В публицистике наблюдается усиление воздействия через использование художественно-эстетических элементов [6, с. 57, с. 86].

Как отмечалось, в случае с научно-популярными текстами, публикуемыми в СМИ, мы имеем дело с донесением научного знания до широкой читательской аудитории посредством ориентированной на массовую аудиторию журналистской манеры подачи информации. В связи с проблематикой она приобретает свои особенности и модифицируется в зависимости от того, является текст лишь информационным или его информационная составляющая расширяется аналитико-публицистическим компонентом. Это означает, что, в соответствии с существующей в англоязычной среде жанрово-видовой классификацией медиатекстов, научно-популярные статьи могут быть квалифицированы как представители «news journalism», а также публикации «analysis, opinion, comment journalism» и тексты-очерки, т.е. как информационные научно-популярные тексты или научные тексты аналитико-информационного и публицистического свойства. Последним как раз присуща эмоциональная презентация информации, привносимая в необходимом для автора публикации масштабе экспрессивными языковыми средствами: фигурами речи, эмоционально окрашенной лексикой, структурами экспрессивного синтаксиса и т.п.

Отличительной чертой научно-популярных текстов СМИ, которая расширяет спектр журналистских приемов, выступает их терминологизация, гарантирующая точность изложения. Она, по сути, является результатом детерминологизации исходного научного текста. Авторы научно-популярных статей, обеспечивая их доступность, демонстрируют особое обращение с общенаучной лексикой и терминами, присвоенными концептам выбранной научной области, возможное незнание которых адресатом-неспециалистом создаст непреодолимый барьер для восприятия предлагаемого содержания. Иными словами, терминологическая лексика подвергается адаптации. Ее разновидности в англоязычных научно-популярных текстах подробно изучены, иллюстративно прописаны в специальной литературе и легко верифицируются при работе с текстами. Так, С. В. Кислицына и Г. А. Васюченко к ним относят объяснение значения термина (узкоспециального слова, общенаучного слова и т.п.) посредством развернутого описания; использование определения; объяснение значения термина через раскрытие его этимологии и перевод с латинского, греческого и других языков, являющихся источником его происхождения, с возможным указанием на происхождение составных частей термина или термина в целом; одновременное использование термина и его эквивалента-синонима, известного читателю; употребление обобщающего слова для ряда терминов в связи с их многочисленностью и сложностью для понимания специалистом; одновременное использование термина в книжном и разговорном вариантах (синонимия терминов); употребление разговорной, бытовой лексики в терминологическом значении; создание «телескопических» образований (термины, созданные на случай); популяризацию терминов с помощью метафор и сравнений; а также сочетание нескольких различных способов раскрытия значения термина [7, с. 9–15; 8, с. 10–13].

Необходимо отметить, что аналогично оперируют терминами и те журналисты, для которых популяризация научного знания не является основной целью профессиональной деятельности, поскольку адаптация узкоспециальных понятий различных областей общественной жизни предстает требованием универсальным. Однако для научно-популярного текста она выступает ключевым текстообразующим признаком.

Таким образом, научно-популярный текст может быть рассмотрен как дискретная единица современного медиадискурса, подлежащая исследованию в рамках медиалингвистики. Данное заключение важно для стилистики и школы дискурсивного анализа текста, которые в соответствии с актуальной научной парадигмой призваны представлять стили как проводники различных типов дискурса. По этой причине оправданным видится изучение научно-популярного изложения с учетом релевантных решаемым задачам реалий стран конкретного языка и исходя из концепции, основывающейся на постулате о том, что одним из проводников научного дискурса, который, среди прочего, понимается как совокупность объединенных научной тематикой текстов, выступает газетно-публицистический стиль, обеспечивающий медиадискурс, и, следовательно, на тезисе о базисности медиадискурса и проективности дискурса научного.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Чернявская, В. Е. Интерпретация научного текста : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – 5-е изд. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 128 с.
2. Хорольский, В. В. Медийность текстов в средствах массовой информации (исторические и теоретические проблемы) / В. В. Хорольский; Воронежский гос. ун-т. – Воронеж : ВГУ, 2016. – 152 с.
3. Тельнова, А. А. Функционально-стилевая контаминация в англоязычных газетных текстах научной тематики : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / А. А. Тельнова; Моск. гос. лингв. ун-т. – М., 1992. – 26 с.
4. Хомутова, Т. Н. Научно-популярный текст: интегральная модель / Т. Н. Хомутова, С. Г. Петров // Вестн. Южно-Уральск. гос. ун-та. Сер. Лингвистика. – 2013. – Т. 10, N 2. – С. 37–41.
5. Загидуллина, М. В. Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста [Электронный ресурс] / М. В. Загидуллина. – Режим доступа : [http://zagidullina.ru/my\\_articles/мастерство-популяризации-науки](http://zagidullina.ru/my_articles/мастерство-популяризации-науки). – Дата доступа : 10.09.2018.
6. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта: Наука, 2008. – 264 с.
7. Кислицына, С. В. Лингвостилистические средства научно-популярного изложения (на материале английских научно-популярных текстов для детей и юношества) : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / С. В. Кислицына; МГПИИЯ им. М. Тореза. – М., 1985. – 21 с.
8. Васюченко, Г. А. Функционирование лексики в научно-популярном стиле английского литературного языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Г. А. Васюченко; Одесса, 1977. – 23 с.

The article reveals the possibility to view texts of popular science as discrete units of media discourse. In this regard, it dwells upon the peculiarities of science journalism texts that make part of media production in English speaking countries.

*Поступила в редакцию 16.11.2018*

**Л. А. Шабашева**

### ГЛАГОЛЬНЫЕ ФОРМЫ И ИХ РОЛЬ В СОЗДАНИИ ИМПРЕССИОНИСТИЧНОСТИ ТЕКСТА ГИ ДЕ МОПАССАНА

Статья предлагает анализ роли глагола и его форм при текстуализации импрессионистской эстетики подвижности и изменчивости, мимолетности бытия явлений, цветовой палитры и состояния светотени в пейзажных и портретных описаниях Ги де Мопассана.

Языковая реализация импрессионистских описаний до сих пор представляет определенный интерес в аспекте того, как писатель сближает текст с живописью, как воспроизводит скоротечные природные эффекты, измен-