

УДК 81.113

Шустилова И.И.

*Московский государственный областной университет
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, Российская Федерация*

НАГЛЯДНОСТЬ В СОСТАВЕ ДИСКУРСИВНЫХ СТРАТЕГИЙ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ

Аннотация. В статье обсуждается наглядность как приём в составе дискурсивных стратегий популяризации. Описываются функции и разновидности наглядности в сфере научного общения; даётся характеристика средствам внутренней и внешней наглядности. Устанавливается характер средств наглядности в разных типах текстов научного содержания: собственно научных, научно-популярных и учебно-дидактических – в зависимости от адресата т. е. целевой аудитории. Уточняется роль средств наглядности в процессах выравнивания когнитивных уровней коммуникантов и сокращения смысловых скачков в тексте.

Ключевые слова: наглядность, популяризация, научно-познавательный текст, конкретность, смысловая скачка.

I. Shustilova

*Moscow Region State University
10A, Radio st., Moscow, 105005, Russian Federation*

VIVIDNESS AS A DISCURSIVE STRATEGY OF POPULARIZATION

Abstract. The article discusses vividness as one of the devices among discourse strategies of popularization. The paper outlines functions and varieties of vividness in scientific discourse and gives a description of inner and outer devices of vividness. It explores characteristics of vividness devices in various types of science-related texts: scientific proper, scientific-cognitive texts and science teaching materials, in accordance with the type of an addressee – a particular target reader. The author explains the role of vividness devices in the processes of equalling the cognitive levels of communication participants and reducing the semantic gaps in the text.

Key words: vividness, popularization, scientific-cognitive text, exactness, semantic gap.

Особая организация отношений между автором и читателем отличает научно-познавательные тексты от собственно научных [4, с. 493; 10, с. 79; 11, с. 63]. В отличие от академической разновидности научного регистра речи, рассчитанного на специалистов, популярные тексты о науке адресованы читателям, незнакомым или малознакомым с излагаемыми темами. В

связи с этим, одной из главных задач научно-познавательного текста является передача читателю, не имеющему в определенной области знания профессиональной подготовки, научных знаний для усвоения их путем чтения, а также для введения этих сведений в картину мира читателя [5, с. 197].

Реализации вышеозначенной задачи способствует соединение в научно-познавательном тексте таких разноплановых черт, как объективность и субъективность, логичность и эмоциональность, торжественность и разговорность [7, с. 223]. К другим стилиобразующим чертам научно-познавательного текста относятся достоверность, точность, последовательность, доступность, выразительность, конкретность, увлекательность, динамизм описания и, наконец, наглядность [4, с. 494].

В данной статье мы ставим задачу всесторонне проанализировать наглядность как один из приёмов в составе дискурсивных стратегий популяризации и как фактор мышления, лежащий в основе популяризации научных знаний.

По замечанию Д.С. Данина, популярная книга – «это не определение литературного жанра» и «указание на неограниченность круга читателей» [2, с. 11]. Неограниченность, а, следовательно, неоднородность аудитории популярных книг о науке, подразумевают существенные различия образовательных и психологических характеристик читателей.

Автор популярных книг о науке вынужден учитывать неодинаковые информационные тезаурусы читателей и использовать определённые стратегические процедуры с целью выравнивания когнитивных уровней адресата и адресанта [1, с. 2]. Эти процедуры представляют собой ментальные и речевые преобразования, с помощью которых происходит когнитивная обработка содержащейся в тексте научной информации. Комплекс таких когнитивных процедур составляет, в терминологии Э.В. Будасси, процесс популяризации научных знаний. В лингвистической литературе существует и термин «метод популярности» [3, с. 43], который, на основе дискурсивных признаков научно-популярной речи способствует формированию научно-популярного текста.

В качестве одной из важнейших когнитивных процедур популяризации, по мнению Е.В. Карпинской, выделяется процедура создания наглядности. Основной задачей наглядности является облегчение понимания адресатом сущности объясняемых явлений. В соответствии с Толковым словарём русского языка Д.Н. Ушакова, «наглядным» является то, что «что можно непосредственно созерцать и понимать», что доступно и убедительно для наблюдения и понимания, что основано на демонстрации предметов или их моделей [12, с. 13]. Таким образом, в своём первоначальном значении, средства наглядности – это иллюстративный аппарат, которым сопро-

вождается объяснение научных фактов, т. е. схемы, графики, диаграммы, рисунки. Э.В. Будасси называет подобные средства средствами внешней (визуальной) наглядности.

Ко второй разновидности приёмов, создающих в тексте наглядность, относятся средства внутренней наглядности. В их число входят риторические вопросы, сравнения, аналогии, метафоры и некоторые другие средства выразительности. В основе этих приёмов лежит механизм переноса характеристик с одного объекта на другой. В научно-познавательных текстах распространены также такие речевые средства создания наглядности, как приведение нескольких характерных черт явления (вместо подробных перечислений), членение целого на составные части, сопоставление неизвестного со знакомым, приведение цитат, имён деятелей и цифр [8, с. 23].

Наглядно представленная информация стимулирует процессы восприятия и переработки текстовой информации. Это связано с тем, что приёмы наглядности подразумевают показ явления в процессе развития и демонстрацию его связи с другими явлениями. Отображение предмета с нескольких сторон одновременно способствует закреплению его в сознании читателя и формированию сложных понятий на основе ассоциативных связей. Кроме того, благодаря созданию в тексте наглядности, в сознании адресата конкретизируются объясняемые понятия и, таким образом, реализуется задача выравнивания когнитивных уровней коммуникантов.

Результатом применения приёма наглядности является увеличение степени конкретности текста. По определению исследователей, «наглядным» можно назвать такое изложение, которое не перегружено необъясненными терминами и универсальными словами, т. е. изложение с высокой степенью конкретизации [6, с. 15]. Конкретизации способствуют как внутренние, так и внешние средства создания наглядности. Высказывается мнение о том, что, если текст мало поддаётся конкретизации, его следует снабжать хотя бы эскизными доказательствами. В тех же случаях, когда требуемое доказательство может превысить уровень подготовки читателей, его следует заменять эйдетическими вспомогательными средствами: примерами, картинками, схемами, т. е. средствами внешней наглядности [5, с. 199].

Как видно из приводимых рекомендаций, средства внешней наглядности являются дополнительными приёмами, призванными компенсировать и усилить недостаточную эффективность используемых средств внутренней наглядности. Второстепенность средств визуальной наглядности подчёркивается тем фактом, что далеко не все научно-познавательные тексты, даже большого объёма, сопровождаются иллюстративным аппаратом.

Абстрактность и отвлечённость, которые требуется свести к минимуму в научно-познавательном тексте, являются стилеобразующими чертами

академической разновидности научного регистра речи. Пользуясь терминологией Н.И. Жинкина, можно сказать, что тексты академической разновидности характеризуются большим количеством «смысловых скважин». Под «смысловой скважиной» понимается смысловой разрыв, который адресат должен компенсировать при помощи имеющихся у него фоновых знаний. [9, с. 61]. С.В. Сазонов, развивая теорию Н.И. Жинкина, считает, что для компенсации смысловых скважин необходимо, чтобы в мышлении адресата находился «внутренний текст, характеризующийся непрерывностью содержания» [9, с. 61].

Таким образом, текст, функционирующий в собственно научной коммуникации (модель «специалист–специалисту»), будет характеризоваться наличием частых и больших по объёму смысловых скважин. Заполнение скважин в собственно научных типах текста обеспечивается достаточно глубокими знаниями адресата. Предъявляя текст «общенаучной» аудитории, популяризатор сокращает и уменьшает имеющиеся смысловые скважины при помощи как внешних, так и внутренних средств наглядности. Таким образом, минимальное количество смысловых скважин в тексте означает высокий уровень популяризации текста.

Проиллюстрируем различные уровни смысловых скважин в сопоставляемых текстах академической и научно-познавательной разновидностей, а также научно-учебной разновидности как текста с достаточно сильно выраженной популяризационной составляющей. В этих текстах мы сравним дискурсивные способы введения имён первооткрывателей ДНК.

В тексте академической разновидности (1) имена (а точнее, только фамилии) ученых, открывших структуру ДНК, даны в качестве дополнительной информации к описанию сущности этого открытия.

*(1) A second, remarkable event was the discovery by **Watson and Crick**, in 1953, of the complementary, double-stranded (duplex) structure of DNA and with it the recognition of how the molecule can be replicated.*

(Kornberg A., Baker T. A. DNA Replication) [14].

В тексте научно-учебной разновидности (2) приводятся полные имена первооткрывателей ДНК. Кроме того, данная информация является в тексте этого типа темой предложения, что указывает на её значимость для этого текста.

*(2) In 1953 **James Watson and Francis Crick** at Cambridge University proposed the first essentially correct three-dimensional structure of the DNA molecule.*

(Hartl D. L., Jones E. W. Genetics: Analysis of Genes and Genomes) [13].

В тексте научно-познавательной разновидности (3) имя каждого учебного, участвовавшего в описании структуры молекулы ДНК, вводится в отдельном предложении. Помимо этого, приводятся не только имена и

фамилии исследователей, но и детали личного свойства. Рематическая позиция обоих имён в соответствующих предложениях подчёркивает существенную значимость данной информации для текстов научно-популярной разновидности научной речи.

(3) *Drawn by the presence of Muller, there arrived in Bloomington, Indiana, a precocious and confident nineteen-year-old, already equipped with a bachelor's degree, named **James Watson**. <...> Chance threw him together in the Cavendish laboratory with a mind of equal brilliance captivated by the same conviction about the importance of DNA, **Francis Crick**.*

(Ridley M. Genome: The Autobiography of a Species in 23 Chapters) [15].

Итак, приведённые примеры, как и весь корпус проанализированных текстов, иллюстрируют различную степень наглядности, создаваемой в текстах академической, научно-учебной и научно-познавательной разновидностей. Результатом проведённого анализа является то, что выразительные речевые портреты, создаваемые в тексте научно-популярной разновидности, являются реализацией применения средств внутренней наглядности, эффективно сокращающих имеющиеся в тексте смысловые скважины.

ЛИТЕРАТУРА

1. Будасси Э.В. Популяризация как форма обработки научно-технической информации. Будасси Э.В. Популяризация как форма обработки научно-технической информации (на материале немецкоязычных монотематических популярных журналов по авиации и космонавтике): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1993. 23 с.
2. Данин Д.С. Жажда ясности (Что же такое художественная литература) // Формулы и образы. Спор о научной теме в художественной литературе. М.: Советский писатель, 1961. С. 3–67.
3. Жирова И.Г. К вопросу о совмещении элементов научной, научно-публицистической и научно-популярной речи в стилистике и семантике научной статьи // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2016. № 2. С. 41–46.
4. Карпинская Е.В. Популяризация // Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Е.Н. Ширияева, Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова. М.: Флинта, 2003. С. 493–494.
5. Клаус Г. Сила слова. М.: Прогресс, 1967. 216 с.
6. Лазаревич Э.А. О стиле популярного изложения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 1972. № 5. С. 9–16.
7. Лазаревич Э.А. Популяризация науки в России. М., 1981. 384 с.
8. Лазаревич Э.А. Функции и принципы популяризации науки. М.: Общество «Знание», 1983. 40 с.
9. Сазонов С.В. Об одном показателе стереотипности научного текста (учет наличия «смысловых скважин») // Общие и частные проблемы функциональных стилей / под ред. М.Я. Цвиллинга. М.: Наука, 1986. С. 93–102.

10. Сенкевич М.П. Стилистика научной речи и литературное редактирование научных произведений. М.: Высшая школа, 1984. 320 с.
11. Сухая Е.В. Сущностная характеристика жанра научно-популярной монографии // Лингвистика, перевод и межкультурная коммуникация: материалы III Всероссийской научно-практической конференции (Обнинск, 14 июня 2011 г.). Обнинск, 2011. С. 62–65.
12. Толковый словарь русского языка: в 3 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. Т. 2. М., 2001. 1580 с.
13. Hartl D.L., Jones E.W. Genetics: Analysis of Genes and Genomes. 7th edition. Burlington, 2009. 421 p.
14. Kornberg A., Baker T.A. DNA Replication. Sausalito, 2005. 932 p.
15. Ridley M. Genome: The Autobiography of a Species in 23 Chapters. New York, 1999. 344 p.

REFERENCES

1. Budassi E.V. *Populyarizatsiya kak forma obrabotki nauchno-tekhnicheskoi informatsii (na materiale nemetskoyazychnykh monotematicheskikh populyarnykh zhurnalov po aviatsii i kosmonavtike): avtoref. diss. ... kand. filol. nauk* [Popularization as a Form of Processing Scientific and Technical Information (based on the German Language Monothematic Popular Magazines for Aviation and Space): Abstract of PhD thesis in Philology]. Moscow, 1993. 23 p. (In Russ.)
2. Danin D.S. Thirst for Clarity (What is Literature). *Formuly i obrazy. Spor o nauchnoi teme v khudozhestvennoi literature* [Formulas and Images. A Dispute about a Scientific Topic in the Literature]. Moscow, Sovetskii pisatel' Publ., 1961, pp. 3–67. (In Russ.)
3. Zhirova I.G. Question of Combining Elements of Scientific, Publicistic and Popular Scientific Speech Stylistics and Semantics of a Scientific Article. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics], 2016, no. 2, pp. 41–46. (In Russ.)
4. Karpinskaya E.V. Promotion. *Kul'tura russkoi rechi : entsiklopedicheskii slovar'-spravochnik* [Culture of Russian Speech : encyclopedic Dictionary]. Moscow, Flinta Publ., 2003, pp. 493–494. (In Russ.)
5. Klaus G. *Sila slova* [The Power of Words]. Moscow, Progress Publ., 1967. 216 p. (In Russ.)
6. Lazarevich E.A. About the Style of Popular Presentation. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Lomonosov Moscow State University. Series 10. Journalism], 1972, no. 5, pp. 9–16. (In Russ.)
7. Lazarevich E.A. *Populyarizatsiya nauki v Rossii* [Popularization of Science in Russia]. Moscow, 1981. 384 p. (In Russ.)
8. Lazarevich E.A. *Funktsii i printsipy populyarizatsii nauki* [Functions and Principles of Science Popularization]. Moscow, Obshchestvo «Znanie» Publ., 1983. 40 p. (In Russ.)
9. Sazonov S.V. About One Index of Scientific Text Stereotype (Taking into Consideration “Semantic Wells”). *Obshchie i chastnye problemy funktsional'nykh stilei* [The General and Special Problems of Functional Styles]. Moscow, Nauka Publ., 1986, pp. 93–102. (In Russ.)

10. Senkevich M.P. *Stilistika nauchnoi rechi i literaturnoe redaktirovanie nauchnykh proizvedenii* [The Style of Scientific Speech and Literary and Editing Academic Works]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1984. 320 p. (In Russ.)

11. Sukhaya E.V. The Essential Characteristic of the Genre of Popular Science Monograph. *Lingvistika, perevod i mezhkul'turnaya kommunikatsiya: materialy III Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii (Obninsk, 14 iyunya 2011 g.)* [Linguistics, Translation and Cross-Cultural Communication: Proceedings of the III All-Russian Scientific-Practical Conference (Obninsk, June 14, 2011)]. Obninsk, 2011, pp. 62–65. (In Russ.)

12. Yshakov D.N. (ed.) *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka. T. 2* [Explanatory Dictionary of the Russian Language . Vol. 2]. Moscow, 2001. 1580 p. (In Russ.)

13. Hartl D.L., Jones E.W. *Genetics: Analysis of Genes and Genomes*. 7th edition. Burlington, 2009. 421 p. (In Eng.)

14. Kornberg A., Baker T.A. *DNA Replication*. Sausalito, 2005. 932 p. (In Eng.)

15. Ridley M. *Genome: The Autobiography of a Species in 23 Chapters*. New York, 1999. 344 p. (In Eng.)



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Шустилова Ирина Изосимовна – кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры английской филологии Института лингвистики и межкультурной коммуникации Московского государственного областного университета; e-mail: irina.shustilova@mail.ru

Shustilova Irina I. – PhD of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of English Philology of Institute of Linguistics and Cross-Cultural Communication, Moscow Region State University; e-mail: irina.shustilova@mail.ru



ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / THE CORRECT REFERENCE TO ARTICLE

Шустилова И.И. Наглядность в составе дискурсивных стратегий популяризации // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2017. № 1. URL: www.evestnik-mgou.ru

Shustilova I.I. Vividness as a Discursive Strategy of Popularization. *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2017, no. 1. Available at: www.evestnik-mgou.ru