

УДК 81'42  
ББК Ш105.51

И. М. Вознесенская  
Санкт-Петербург, Россия

## ПРАГМАТИКА ОБЪЯСНЕНИЯ (ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТАХ)

**Аннотация.** В статье определяются коммуникативно-прагматические факторы, мотивирующие специфичность объяснения как разновидности рассуждения. Анализируются выразительные средства, используемые пишущим в научно-популярных текстах из сферы СМИ с целью быть понятым адресатом-читателем.

**Ключевые слова:** функционально-смысловые типы речи, объяснение, прагматика, коммуникативная ситуация, выразительность речи, научно-популярный текст.

I. M. Voznesenskaya  
St.-Petersburg, Russia

## PRAGMATICS OF EXPLANATION (EXPRESSIVE MEANS IN POPULAR SCIENCE TEXTS)

**Abstract.** The paper identifies the communicative-pragmatic factors motivating the specificity of explanation as a kind of reasoning. Analyzed the expressive means used in the popular science texts (mass-media) to be understood by the reader. Expressive means used in the explanation to be understood (metaphor paraphrasing, the appeal to personal experience).

**Keywords:** functional-semantic types of speech, explanation, pragmatics, communicative situation, the expressiveness of speech, popular science text.

Качество чтения и понимания текста учащимися — как носителями языка, так и иностранцами, остаётся важной проблемой лингводидактики. В частности, тестирование, проводимое Международной программой по оценке образовательных достижений учащихся (PISA), включает в качестве первого и важнейшего компонента «грамотность чтения». Под «грамотностью чтения» понимается не только приобретение читательского литературного опыта, но и чтение с целью освоения и использования информации из разных источников, в том числе из сферы СМИ. Важность этой задачи, в свою очередь, требует лингвистической разработки и уточнения репертуара типов текстов и их речевой специфики. Одним из типов текста является текст-объяснение.

Выявление специфических языковых особенностей текста, если иметь в виду лингводидактическую задачу обучения связной речи (восприятия и порождения), требует рассмотрения текста как коммуникативного явления, обусловленного определенной ситуацией общения, включающей характеристики участников общения, их интенции, взаимодействие коммуникантов в соотношении с предметом (тематическим содержанием) речи. Специфика речевой организации текстов, представляющих объяснение, с большой очевидностью проявляет свои характеристики, обусловленные прагматически. Прагматически мотивирующими параметрами применительно к объяснению являются: 1) ситуация взаимодействия адресанта и адресата, предполагающая неравенство знаний, опыта [см.: Кулина, Матвеева 2013: 113]; адресант как более осведомленный об объекте объяснения обращается к менее знающему собеседнику-неспециалисту; 2) реализация адресан-

том интенции объяснения, направленной на достижение понимания со стороны адресата; 3) представление в ходе объяснения сущности того или иного феномена действительности через установление отношений обусловленности между явлениями. Объяснение как специфическая общая установка говорящего реализуется посредством информирования о существенных (или актуальных в определенной ситуации) характеристиках объекта с целью расширить представления о нем адресата. Данный параметр определяет специфичность объяснения (как представления знания для его понимания) в сопоставлении с аргументацией (как убеждением в определенном мнении), доказательством (как убеждением в истинности), или инструкцией (как побуждением к правильным действиям) [Вознесенская, Шкурина 2013].

Лингвистические исследования текста-объяснения преимущественно связаны с научной и учебно-научной сферами [см.: Куриленко 2004], что вполне естественно, т. к. именно область научного знания связана с представлением познаваемой объективной сущности предметов и явлений мира. Кроме того, именно учебная деятельность максимально соответствует ситуации информационного неравенства адресанта и адресата. Однако наблюдения над современной речевой практикой, в частности сферой СМИ, дают основания не ограничивать рассмотрение объяснения пределами научного и учебного знания. В современной России издаётся около 40 журналов научно-популярного профиля, среди которых «Наука и жизнь», «Знание — сила», «Дилетант», «В мире науки», «Вокруг света», «Земля и Вселенная», «Наука из первых рук», «Природа», «Экология и жизнь» и т.д. Популяризация научных знаний, представляющая открытия, достижения, изобретения, находит ежедневное отражение и

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ (проект № 13-04-00439 «Типология текста: от составляющих к динамике их взаимодействия»).

в массовых общественно-политических журналах — таких, как «Огонек», «Русский репортер», газете «АиФ» и многих других массовых изданиях. Публикации в газетах и журналах, некоторых телевизионных программах (в частности, публичных лекциях) имеют целью довести до сведения неспециалистов в той или иной области науки ее достижения, а также заинтересовать широкую читательскую аудиторию новыми открытиями, изобретениями, исследованиями в области медицины, биологии, психологии, социологии и т. п. Информационные заметки, статьи, интервью со специалистами, содержащие объяснение разного рода явлений, заслуживают более широкого отражения в практике обучения русскому языку (в том числе РКИ) как учебный материал и при этом требуют лингвистического изучения, позволяющего более точно определить содержание работы с ним.

Анализ речевой организации текста объяснения неизбежно должен опираться на прагматические характеристики. Обеспечение доступности восприятия со стороны адресата мотивирует достаточно жесткую рефлексию говорящего собственного речевого поведения, высокую степень контроля над выбором способов изложения и языковых средств, обеспечивающих выразительность речи. При этом выразительность понимается как коммуникативное качество речи, критерий оценки ее эффективности, обеспечивающей оптимальное взаимодействие автора и адресата в определенной сфере общения. Применительно к научно-популярному объяснению в текстах СМИ выразительные средства предполагают 2 аспекта: направленность на понимание сути представляемого явления (интеллектуальное воздействие) и направленность на эмоциональное воздействие с целью заинтересовать, увлечь адресата, вызвав его эмоциональный отклик.

Выразительность объяснения с целью оптимизации восприятия информации требует от говорящего, с одной стороны, выбрать содержательные компоненты, адекватные возможностям адресата, с другой стороны, найти приемы изложения и языковые средства, максимально соответствующие собственным интенциям.

Адресатная аудитория при популяризации — это «открытое, неограниченное множество. Сообщаемое обращено здесь сразу всем, и адресат характеризуется свойством массовости ... являясь в этой ситуации слабо очерченной фигурой, ведущей дескриптивной характеристикой его служит массовость, другие качественные параметры остаются незадаваемыми» [Радзиевская 1992: 86]. По предмету речи, объекту изложения тексты-объяснения в сфере СМИ сближаются с научными и в то же время они образуют оппозицию научным текстам. Сведения об объясняемом феномене в газетно-журнальных публикациях существенно адаптируются и редуцируются пишущим. «Если объем сообщаемого в научном тексте обзрим и представляет собой информационную порцию, добавляющую новое к уже известному, то в ситуации популяризации сообщаемое не детерминировано в количественном отношении... поэтому объем сообщаемого может быть любым»

[Там же]. Также и качественная сторона информации может варьироваться. Качественный и количественный диапазоны содержательного компонента коммуникации оказываются незадаваемыми, что справедливо отмечает Т. В. Радзиевская в указанной работе. Например, объяснение неспециалистам того, что такое *3D принтер, адронный коллайдер, лазер, нанотехнологии, черные дыры, клонирование* и т. п. опирается на те признаки этих устройств или явлений, которые соответствуют уровню общих знаний такого прогнозируемого адресата.

Для достижения понимания объяснения обычным читателем, неспециалистом в той или иной области знания содержание информации и язык изложения преобразуются в сравнении с текстом-объяснением в учебной и научной сферах. В представлении сути явления говорящий выбирает те его черты, которые, на взгляд пишущего, доступны восприятию неподготовленного читателя. Таким образом, первый важный аспект текста-объяснения в сфере СМИ связан с его содержательной стороной: по объему и составу информации он является ограниченным, сокращенным в сравнении с научным и даже учебным изложением. Содержательный компонент, его минимизация, редукция является первым шагом деятельности говорящего, определяющим выбор в направлении адресата-неспециалиста.

Помимо содержательной стороны для объяснения как типа речи очень важна его речевая «упаковка», т. е. выбор таких приемов изложения, стратегий и языковых средств их реализации, которые обеспечивают доступность и эффективность освоения информации читателем. «Упаковка» объяснения с целью его приспособления к массовому адресату может включать некоторые характерные явления и приемы:

Для научно-популярных текстов в сфере СМИ характерна т. н. полнота речи, при которой происходит «погашение пресуппозиций говорящего» [Димитрова 1992: 541–542] с ориентацией на пресуппозиции адресата. Реализации этого параметра адресата служат всевозможные *комментарии, уточнения, повторы, перифразы*, с помощью которых говорящий выравнивает пресуппозиции, компенсирует лакуны знания, предвосхищая возможные трудности понимания со стороны адресата.

Представление информации происходит порциями, такая порционность определяет синтаксис высказывания, строящегося как последовательное нанизывание компонентов, часто включающее вопросно-ответные единства. Рассмотрим пример из ТВ передачи «Черные дыры, белые пятна», посвященной психологическому феномену «обида» («Что такое обида?»).

Если разобраться, что такое обида? Это прежде всего нарушенное ожидание. Что такое ожидание? Это наши осознанные или неосознанные, — скорее всего неосознанные — требования к реальности, чтобы она была такой, как нам хотелось бы, как мы себе нарисовали. Если эта картинка рушится, мы обижаемся. Кто склонен к обидам? Есть вот тип людей, которые склонны к обидам. Это люди, которые не склонны брать ответственность на себя. Лю-

ди, которые склонны ожидать от других чего-то (Из речи психолога, психотерапевта Е. Филоновой в ТВ передаче «Черные дыры, белые пятна», «Культура», 22.03.07).

Сложность синтаксических построений, содержащих свернутые пропозиции, свойственная научной речи, преодолевается в данном случае расчленением мысли, дробностью подачи информации, что помогает восприятию. Использование вопросно-ответных комплексов, которые, разделяют постановку проблемы и ее решение, дают возможность читателю следить за порциями информации и их последовательным изложением. Приведенный пример представляет фрагмент устной речи, где данная черта проявляется наиболее ярко, однако установка пишущего на организацию речи, близкую к формам устного общения, характерна для публикаций в современных СМИ.

В объяснении какого-либо феномена говорящий ориентируется не на раскрытие содержания понятия, а на описание самого явления. С этим связано, в частности, избегание научной терминологии, свойственной научному объяснению, и опора преимущественно на общезыковые средства. При этом активно используются сравнения и метафоры, персонификация, которые более ярко, наглядно, зримо представляют явление, позволяют объяснить абстрактное через конкретное, доступное чувственному опыту. В этой связи можно привести пример из статьи «Моральный код», где автор объясняет суть биологических процессов, влияющих на формирование морально-этических норм в обществе.

Ученое сообщество готово повести человечество в светлое будущее: генетикам удалось связать работу определенных генов с такими прекрасными качествами, как доброта, щедрость и жертвенность. Нравственность, перейдя из зоны гуманитарных рассуждений в зону медицины, стала доступной для манипуляций с помощью химии и генной инженерии

Нравы в обществе меняются быстро — на протяжении нескольких поколений. Только что первенство было за *добрыми жертвенными особями*, как вдруг предпочтение получают эгоисты, *плюющие* на установленные нравственные нормы. Наблюдать за ходом эволюции в области этики особенно интересно, когда она протекает в чашке Петри — плоском сосуде для опытов, заполненном питательной средой, — на *примере колоний кишечной палочки*, где *механизмы зарождения добра и зла*, в самом что ни на есть человеческом понимании, видны очень отчетливо.

— Говорить о механизме возникновения "морали" проще на примере одноклеточных существ, — говорит один из главных специалистов в области эволюционной биологии, ведущий научный сотрудник Палеонтологического института РАН Александр Марков. — В этом смысле можно утверждать, что *альтруисты и эгоисты* есть уже на уровне *бактерий*.

Например, в геноме *бактерии-альтруиста* может быть записан механизм самоубийства в случае заражения вирусом. Он заставляет *кишечную палочку* *добровольно жертвовать собой*, чтобы не зара-

*зить сородичей*. Заболевшие *бактерии-эгоисты* ведут себя иначе — живут, сколько им отведено, и заражают остальных, пока не вымирает все сообщество. Очевидно, что эволюционно более живучей окажется колония, населенная альтруистами, где каждая бактерия "заботится" об остальных. Но почему-то мир, как на уровне одноклеточных существ, так и на уровне государств, даже отдаленно не напоминает царство доброты и порядочности («Моральный код». «Огонёк» № 23 от 14.06.2010).

Аналогия человека и биологических организмов проявляется в использовании персонификации кишечной палочки, создаваемой сочетаниями *альтруисты и эгоисты на уровне бактерий, бактерии-альтруисты и бактерии-эгоисты, кишечная палочка жертвует собой, среди бактерий-альтруистов появляются всевозможные обманщики, нахлебники и паразиты*. Подобные образные средства, использование стилистически сниженной лексики создают экспрессивность речи и при этом выполняют контактоустанавливающую функцию. С целью заинтересовать адресата, установить с ним дружески-фамильярные отношения говорящий использует слова и конструкции, специфические обороты, свойственные разговорной речи, вносящие разговорные интонации, что влияет на общую тональность речи, понижая её научный пафос и усиливая познавательную и развлекательную направленность. В этом смысле специфика массового адресата определяет связь научно-популярного текста и публицистического, автор заимствует стилистический репертуар публицистических текстов, способы выражения содержания сближают его с публицистикой.

В описании явления говорящий реализует установку на личный опыт читателя при характеристике сути явления, включает в объяснение доступные внешнему наблюдению признаки объясняемого объекта, апеллирует к практическим жизненным знаниям адресата, используя т. н. стратегию «свидетельства». Этим фактором мотивировано использование метатекстовых средств: *Представьте, что...; Вы не раз сталкивались в жизни с ...; Вы замечали, что...; Каждый знает, что...*. Рассмотрим пример статьи из газеты, публикация посвящена социологической характеристике молодого поколения («цифрового поколения» или, как его называют специалисты, «поколения ЯЯЯ»).

Для миллионов молодых людей виртуальный мир уже стал более чем реальным.

У вас есть айфон? Или айпад, айпод, смартфон, планшет?.. Вы зарегистрированы в «Фейсбуке», часто твиттитесь и инстаграмитесь, лайкаете кого-то из френдленты, кидаете ссылки через Вайбер... Вы в онлайн круглосуточно? Вам придумали название. Вы — последняя стадия поколения Миллениалов (поколения Y), но еще не полноценное Z.» («Санкт-Петербургские ведомости». 12.08.2014).

Социальное явление — новое, цифровое поколение, получает определение с помощью стратегии «свидетельства», привлекающей к характеристике данного феномена знания из повседневного практического опыта массовой аудитории. Слова и выражения из лексикона электронной коммуникации при

этом, с одной стороны, вводят читателя в тему, с другой, озадачивают «непосвященных», провоцируя интерес.

«Упаковка» научно-популярного объяснения в сфере СМИ, как уже было видно из приведенных примеров, помимо интенции информирования об объекте, реализует намерение говорящего на установление и поддержание контакта с адресатом. Установка на развлекательность, а также активизация личного повседневного опыта читателя влияют на речевой облик популярного объяснения. Приведем ещё один пример из публикации в журнале «Русский репортер», которая называется «Прокрастинация — симптом века», речь идет о психологическом явлении, связанном с откладыванием дел на потом (от лат. *crastinus* — завтра, *pro* — на).

Прокрастинация. Даже тот, кто ни разу не слышал этого термина, хоть раз, но сталкивался с его смыслом. Недаром некоторые психологи называют прокрастинацию «болезнью современности». Речь идёт о постоянном откладывании дел на потом, что приводит к конфликтам и проблемам. Вот и журналист «РР» писал этот текст почти четыре года. Но прокрастинация — это скорее симптом, чем болезнь. За хроническим «я сделаю это завтра» стоят страх неуспеха, боязнь оценки, сложность выбора и другие самые главные проблемы человека XXI века

«Я должен добиться успеха...

Я обязан быть лучшим. Не стоит даже пытаться писать книгу, если она не станет романом века...»

«Я не знаю, за что мне хвататься сейчас. Дел так много. И все их нужно сделать хорошо, иначе...»

«Что бы я ни делал, всё равно у меня ничего не получится. Я бездарен даже в мелочах. Если я покажу кому-то свою работу, люди поймут, какое я ничтожество...»

«Мне сложно говорить нет, когда мне предлагают какое-нибудь дело. Кажется, что я пропускаю что-то важное. Если я откажусь, значит, могу оказаться ненужным...»

Современный человек набит невротами и комплексами, как краковская колбаса салом. У одного комплекс неполноценности, у другого мания величия, у третьего и то и другое вместе. Хотя российские вузы выпускают тысячи психологов, победить проблемы пока не удастся. Тем более что внешне они не так уж и заметны. Вроде всё хорошо у человека: он часто улыбается, ходит на работу и смотрит сериалы. А внутри — дикий клубок страхов и противоречий. На поверхность выступает один из самых характерных симптомов — прокрастинация, то есть постоянное откладывание дел на потом. Иногда это кажется забавным, над таким человеком подшучивают окружающие. Но порой дело может обернуться трагедией («Русский репортер», № 14 (342). 10.04.2014).

Как видно, автор сохраняет в структуре объяснения его необходимые содержательно-структурные компоненты: определение прокрастинации, мотивы и предпосылки, вызывающие прокрастинацию, угрозы и опасности, связанные с прокрастинацией. Однако эти компоненты не вводятся специальными языковыми средствами логико-смысловой зависи-

мости, они представлены имплицитно, даны с помощью прямой речи — в виде цитат прокрастинаторов, отсылок к внешним проявлениям, доступным повседневному опыту рядового человека, опознающего в себе черты прокрастинатора. Таким образом, приём изложения, опирающийся на «свидетельства» явления, служит выразительности текста, доступность понимания содержания психологического феномена обеспечивается активизацией представлений из жизненного опыта читателя. Если сопоставить речевой строй научно-популярного объяснения этого явления с его объяснением в научной литературе для психологов, менеджеров, то ожидаемым будет использование соответствующей терминологии, а также приемов изложения, опирающихся на логико-понятийные связи как самого явления, так и организации компонентов текста: рассмотрение видов прокрастинации и типов прокрастинаторов (ср.: *устойчивая прокрастинация, бытовая п., п. в принятии решений, невротическая, компульсивная, академическая п.; напряженный и расслабленный прокрастинаторы, пассивный и активный*), объяснение механизмов, роль личностных факторов, зависимость прокрастинации от внешней мотивации, способы и приемы терапии (*приемы бихевиоральной и когнитивной терапии*) и т. п.

Если научное объяснение не предполагает выражение оценки и отношения адресанта к самому явлению, то научно-популярное объяснение в сфере СМИ к представлению объективной сути явления неизбежно добавляет отношение автора к объекту объяснения (удовлетворение, одобрение или обеспокоенность), что является существенным компонентом смысловой и модалльной структуры текста. Таким образом, прагматика объяснения как отражение авторского отношения к содержанию речи также требует интерпретации.

Отмеченные характеристики текста-объяснения в его медийном представлении, данные как проекция коммуникативно-прагматических факторов, а также представленные приёмы изложения, ориентированные на доступность для читателя, тем не менее, не позволяют квалифицировать данный тип текста как простой. С позиции автора — это сложный тип текстопорождения, требующий высокой степени саморефлексии и контроля говорящего над построением высказывания. Но и с позиции читателя он зачастую оказывается парадоксально сложным, его содержательная и формальная простота в отдельных случаях бывает обманчивой. В исследовании И. В. Богословской [Богословская 2001] выявлены важные черты научно-популярного текста, определяющие иллюзорную простоту его понимания. К их числу автор относит редукцию научного знания с целью его приближения массовому читателю, нарушение оптимального соотношения эксплицитной и имплицитной информации, замену терминологии на обыденную лексику с ее многозначностью и понятийной неточностью, а также противоречивость и непоследовательность логико-композиционной схемы. Таким образом, внешняя упрощенность и занимательность являются причиной не только возникновения «иллюзии» понима-

ния, но даже и прямого непонимания, существенных лакун в восприятии. Отсутствие жёсткой структуры, её дискретность, не эксплицированные специальными языковыми средствами логико-смысловые связи в текстах медийных научно-популярных объяснений создают трудности в их понимании, что необходимо учитывать при использовании такого рода материала в обучении. Установка на разговорность, опора на устную речевую стихию (*использование сниженной, экспрессивно-эмоциональной лексики и синтаксических конструкций, передающих интонационный рисунок непринужденной устной коммуникации*), часто свойственная научно-популярным текстам в сфере СМИ, предполагает наличие соответствующего коммуникативного опыта у читателя, однако надо иметь в виду, что в случае с читателем-иностранцем такого опыта как раз мало или недостаточно, и ориентация на простоту (естественность) речи оборачивается сложностью понимания и требует специальной работы).

Таким образом, распространенность текстов-объяснений в современной медийной коммуникации, с одной стороны, побуждает к их активному использованию в учебной практике, с другой стороны, формирование умений чтения такого рода публикаций требует направленного внимания на освое-

ние особенностей их речевой организации, обусловленных прагматическими факторами порождения.

#### ЛИТЕРАТУРА

*Богословская И. В.* Научно-популярный текст: сложность понимания: дисс. ... канд. филол. наук; Институт языкознания Российской академии наук. — М., 2001.

*Вознесенская И. М., Шкурина Н. В.* Проблемные аспекты объяснения как типа текста // *Язык, литература, культура: актуальные проблемы изучения и преподавания: сборник научных и научно-методических статей / ред. кол.: Л. П. Клобукова и др.* — М.: МАКС Пресс, 2013. — Выпуск 9. — С.13–28.

*Димитрова С.* Актуализация предложения и ее зависимость от представления говорящего о степени осведомленности адресата (на материале русского языка) // *Новое в зарубежной лингвистике.* — М.: Прогресс, 1985. — Вып. XV. — С.535–544.

*Купина Н. А., Матвеева Т. В.* Стилистика современного русского языка: учебник для бакалавров / Н. А. Купина, Т. В. Матвеева. — М.: Юрайт, 2013.

*Куриленко В. Б.* Учебно-научные тексты-объяснения // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский язык нефилологам, теория и практика.* — 2004. — № 5. — С. 128–140.

*Радзиевская Т. В.* Текстовая коммуникация и текстообразование // *Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис / отв. ред. Т. В. Бульгина.* — М.: Наука, 1992. — С. 79–109.

#### Данные об авторе

Вознесенская Ирина Михайловна — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания филологического факультета Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург).

Адрес: 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 11.

E-mail: iravoz@mail.ru

#### About the author

Voznesenskaya Irina Mihailovna is a PhD, associate professor of St Petersburg State University.