

10. *Sadokhin A.P.* Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoj kommunikatsii. M.: Vysshaya shkola, 2005.
11. *Samojlova I.Yu.* Russkie fil'my na urokakh RKI // Slovo. Predlozhenie. Tekst: analiz yazykovoj kul'tury: materialy KH Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Krasnodar, 2016. № 10. S. 221–228.
12. *Tyurina A.A.* Problema klassifikatsii pretsedentnykh fenomenov (PF) // Vestnik YuUrGU. 2006. № 8 (63). S. 82–84.

DOI: 10.25586/RNU.V925X.20.01.P.058

УДК 811.161.1

С.В. Былкова

ЧАСТОТНОСТЬ СРЕДСТВ ХЕДЖИРОВАНИЯ
В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ТЕКСТЕ
И ЕЕ ИМПЛИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Иллюстрируется трансляция научного знания по каналам массмедиа с акцентом на языковых особенностях научно-популярных текстов, освещающих проблемы астрофизики. Особое место занимает изучение взаимоотношений между учеными и читательской аудиторией через призму журналистского текста, а также анализ прагматической роли хеджирования, отражающего в тексте результаты данных взаимоотношений. Констатируется, что наиболее частотным средством хеджирования выступают модальные предикаты, реализующие авторскую коммуникативную стратегию, нацеленную на защиту суждений против потенциальной критики читателей.

Ключевые слова: языковые средства хеджирования, массмедийный научно-популярный текст, академический дискурс, коммуникативная стратегия, имплицативный потенциал.

S.V. Bylkova

HEDGING FREQUENCY IN SCIENTIFIC POPULAR TEXT
AND ITS IMPLICATIVE POTENTIAL

The translation of scientific knowledge through the channels of mass media is illustrated with an emphasis on the linguistic features of popular science texts highlighting the problems of astrophysics. A special place is occupied by the study of the relationship between scientists and the readership through the prism of a journalistic text, as well as an analysis of the pragmatic role of hedging, which reflects the results of these relationships in the text. It is stated that the most frequent means of hedging are modal predicates that implement the author's communicative strategy aimed at protecting judgments against potential criticism of readers.

Keywords: hedging linguistic means, mass media scientific popular text, academic discourse, communicative strategy, implicative potential.

Цель данного изыскания заключается в том, чтобы проиллюстрировать, как научное знание транслируется по мас-

медийным каналам целевой аудитории, фокусируясь на языковых особенностях популяризированных печатных публика-

ций, посвященных проблемам астрофизики. Научно-популярное издание «Небосвод» (ежемесячно выходящее с 2006 г.) адаптирует содержание текущих астрофизических исследований для массового читателя, оказывает конструктивное влияние на формирование представлений и мнений читателей относительно идей и концепций экспертов-астрофизиков. Вместе с тем можно говорить о том, что популярные СМИ заметно облегчают передачу астрофизической информации от соответствующего научного сообщества исследователям из других дисциплинарных областей.

Цель, заявленная в настоящей работе, проливает свет на некоторые аспекты популяризации научных идей и концепции в рамках СМИ. Важным элементом анализа выступает изучение взаимоотношений между учеными и рядовыми читателями при посредничестве журналиста, прагматической роли хеджирования, которое отражает в тексте результаты данных взаимоотношений. Согласно нашим наблюдениям, хеджирование является частотной прагматической характеристикой научно-популярного текста, посвященного астрофизической проблематике. Выступая оптимальным механизмом обнаружения актуальной научной информации, хеджирование выявляет гипотетический, исчерпывающе не структурированный характер нового астрофизического знания с опорой на системное употребление определенных языковых средств.

Научно-популярный текст потенциально воссоздает диалогическое пространство для дисциплинарного обсуждения актуальных проблем современности, журналист как посредник делает попытку добиться согласия между профессиональными экспертами и заинтересованными читателями, обнаруживает инновационные концепции и постулаты не как устоявшиеся

неоспариваемые истины, а как обнаруживаемые в результате целенаправленного исследовательского поиска и эксперимента. Выдвигая и не всегда аргументируя новые дисциплинарные идеи, ученые стремятся заручиться прочной поддержкой со стороны не только своих коллег, но и обычного человека, непрофессионала. Журналист преобразует эти идеи в широкодоступные понятия, соблюдая нормы академического дискурса (прежде всего стилистические конвенции), основываясь на альтернативном (популярном) объяснении научных фактов с опорой на хеджирование. Как способ текстового оформления нового научного знания хеджирование оптимизирует коммуникативный контакт между экспертом и читателем при посредничестве журналиста, подчеркивает вероятностный характер инновационных идей и концепций, способствует предотвращению критических реакций со стороны целевой аудитории. Хеджирование научно-популярного суждения реализуется языковыми средствами определенной семантики, которые объективируют новое научное знание в форме допущений, гипотез, требующих своего последующего доказательства.

Материалом для нашего исследования послужило 12 текстов из журнала «Небосвод» за 2017 г., опубликованные под рубрикой «Новости астрономии» (по одной статье в каждом из ежемесячных номеров). Мы сосредоточиваем внимание прежде всего на прагматической специфике взаимоотношений между ученым, журналистом и читателем, тех эффектах, которые оказывают разнообразные конфигурации данных взаимоотношений на характер текстового воплощения нового знания. Выявленные языковые средства хеджирования классифицируются нами на различные категории и в зависимости от частотности употребления.

Собранный нами фактический материал содержит информацию о новых идеях и открытиях в дисциплинарной области астрофизики, связанную с изучением различных космических объектов в Солнечной системе, как планет, так и далеких звезд. Авторами проанализированных нами статей являются журналисты, специализирующиеся на популярном освещении актуальных проблем астрофизики (мы оговариваем это особым образом, поскольку в журнале «Небосвод» публикуются также наблюдения астрономов-любителей). Делается попытка прояснить, какими языковыми характеристиками обладают научно-популярные статьи, каким образом передовое научное знание трансформируется в иной коммуникативный контекст, связанный с общедоступным объяснением достижений астрофизики для читателей-неспециалистов.

Проанализированные нами публикации не содержат детализованного изложения новых астрофизических открытий, в них, по существу, представлены результаты и выводы исследований, обобщаются проведенные наблюдения и эксперименты. В первых абзацах публикаций журналисты, как правило, освещают сильные стороны астрофизических исследований и приводят обобщающие выводы, достигнутые специа-

листами. Подобная композиционная организация публикаций направлена прежде всего на деавтоматизацию читательского внимания. В основе написания научной статьи лежат жесткие конвенции, принятые в профессиональном сообществе специалистов [1; 2; 3], научно-популярные публикации характеризуются вариативной композицией, использованием разнообразных стилистических средств, специальная терминология, трудная для восприятия неспециалистом, заменяется синонимичными общедоступными понятиями и выражениями. Заголовки публикаций отличаются особой краткостью, в них содержатся исключительно ключевые слова, отражающие суть астрофизического исследования. Их доминирующая прагматическая функция заключается в том, чтобы вызвать повышенный интерес целевой аудитории к астрофизическим наблюдениям.

В таблице систематизируются типы языковых средств хеджирования, собранных методом сплошной выборки из рассматриваемого фактологического материала, их процентное соотношение в корпусе анализируемых текстовых фрагментов. В общем, можно констатировать, что в собранном нами фактическом материале средства хеджирования составляют в среднем 1–2,1% от общего количества слов в публикации.

**Частотность средств хеджирования в научно-популярных текстах,
посвященных астрофизической проблематике**

Тип средства хеджирования	Общее количество, шт.	Процентное соотношение, %
Модальные предикаты (можно, может)	94	64,38
Предикаты эпистемической оценки (считать, полагать, предполагать)	23	15,76
Безличные предикаты (оказывается, кажется)	13	8,90
Вводные слова с гипотетической семантикой (возможно, по всей видимости)	9	6,16
Наречия с семантикой частотности действия (часто, приблизительно, иногда, редко)	7	4,80
<i>Итого</i>	146	100

Следующие эпистемические предикаты, выступающие в функции средств хеджирования, задействуются авторами научно-популярных статей, составивших корпус настоящего исследования, наиболее частотно: (1) «Члены научного проекта единодушно **предполагают**, что жизненный цикл звезды средней массы заканчивается превращением ее в белый карлик, однако в ряде случаев этот белый карлик может получить дополнительную энергию и взорваться как сверхновая» [6]; (2) «**Предполагается**, что... двигатели этого космического аппарата больше не смогут поддерживать его ориентацию в пространстве таким образом, чтобы антенна была направлена на Землю, связь с ним будет потеряна, и он развалится на части и сгорит в атмосфере второй по размерам планеты Солнечной системы» [5]; (3) «Начиная с 12 километров, **как считают ученые**, при температуре 700 кельвин и давлении 75 бар вещество в атмосфере Венеры ведет себя как сверхкритическая жидкость» [4]; (4) «Загадочная “темная энергия”, которая, **как считается**, составляет более 68% общей массы энергии Вселенной, может вообще не существовать» [7].

В анализируемых текстовых фрагментах средства хеджирования связываются с явным (примеры (4), (6)) и неявным (примеры (5), (7)) указанием на источник получения актуальной научной информации. Основная прагматическая функция этих средств заключается в том, чтобы не допустить возможность критических реакций со стороны целевой аудитории в отношении разъясняемых научных идей и концепций. Новое астрофизическое знание отличается отсутствием жесткой аргументации и исчерпывающей доказуемости, а поэтому является «уязвимым» при детальном обсуждении. Массмедийная репрезентация этого знания как гипоте-

тического, вероятностного обеспечивает возможность избежать негативных откликов читателей. Хеджирование как особая языковая техника введения астрофизического знания в популяризованный массмедийный контекст фактически снимает ответственность с журналиста за ту информацию, которую он получает от специалистов и обнародует в своих публикациях. Основная коммуникативная функция рассматриваемых нами средств состоит в том, чтобы убедить целевую аудиторию в действенности обсуждаемых астрофизических теорий и концепций, представить информацию, интересную для читателей, как основанную на достоверных научных источниках.

Как показало наше исследование, наиболее частотным средством хеджирования в научно-популярном тексте, посвященном астрофизической проблематике, выступают модальные предикаты, которые указывают на вероятность, гипотетичность суждений относительно разъясняемых идей и концепций. Эти средства, в свою очередь, реализуют авторскую коммуникативную стратегию, нацеленную на защиту суждений против возможной критики со стороны читателей. Кроме того, эти средства неявно указывают на то, что именно исследователи-астрофизики, а не авторы популяризованных версий научных концепций и проектов несут ответственность за действенность информации, которая обнародуется в публикации. Особенности взаимоотношений между учеными-астрофизиками, журналистами, разъясняющими в популяризированной форме научные проекты и концепции, и читателями, потребителями научно-популярных текстов определяют специфику функционирования языковых средств хеджирования в указанных текстах.

Литература

1. Азарова О.А., Кудряшов И.А. Когнитивный подход к исследованию неявного знания // Когнитивные исследования языка. 2015. № 21. С. 30–33.
2. Котова Н.С., Кудряшов И.А. Лингвофилософская прагматика vs когнитивная прагматика: два взгляда на одну и ту же проблему // Когнитивные исследования языка. 2016. № 25. С. 68–74.
3. Кудряшов И.А., Постева Е.В. Текст репортажа: эвиденциальность и интродуктивные предикаты // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. Ростов н/Д.: Дониздат, 2014. С. 72–79.
4. Рыбаков М. Астрономы получили самый детальный снимок далекой звезды // Небосвод. 2017. № 9. С. 4–9.
5. Рыбаков М. Зафиксировано слияние нейтронных звезд // Небосвод. 2017. № 12. С. 4–6.
6. Рыбаков М. Зонд Кассини начал спуск в атмосферу Сатурна // Небосвод. 2017. № 10. С. 4–7.
7. Рыбаков М. Небесный курьер // Небосвод. 2017. № 5. С. 4–9.

Literatura

1. Azarova O.A., Kudryashov I.A. Kognitivnyj podkhod k issledovaniyu neyavnogo znaniya // Kognitivnye issledovaniya yazyka. 2015. № 21. S. 30–33.
2. Kotova N.S., Kudryashov I.A. Lingvofilosofskaya pragmatika vs kognitivnaya pragmatika: dva vzglyada na odnu i tu zhe problemu // Kognitivnye issledovaniya yazyka. 2016. № 25. S. 68–74.
3. Kudryashov I.A., Postevaya E.V. Tekst reportazha: evidentsial'nost' i introduktivnye predikaty // Yazyk i pravo: aktual'nye problemy vzaimodejstviya: materialy IV Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferentsii. Rostov n/D.: Donizdat, 2014. S. 72–79.
4. Rybakov M. Astronomy poluchili samyj detal'nyj snimok dalekoj zvezdy // Nebosvod. 2017. № 9. S. 4–9.
5. Rybakov M. Zafiksirovano sliyanie nejtronnykh zvezd // Nebosvod. 2017. № 12. S. 4–6.
6. Rybakov M. Zond Kassini nachal spusk v atmosferu Saturna // Nebosvod. 2017. № 10. S. 4–7.
7. Rybakov M. Nebesnyj kur'er // Nebosvod. 2017. № 5. S. 4–9.

DOI: 10.25586/RNU.V925X.20.01.P.062

УДК 81'42+81'373.612.2

Ван Цзянин

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ В ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ: ОПЫТ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА*

Предлагается комплексное исследование концептуальных метафор в газетном тексте как инструментов текстообразования, основанное на теории актуального членения, анализе метафорических проекций и импликаций, изучении взаимодействия метафоры с неметафорическим контекстом. Анализ, проведенный в разных аспектах, позволил увидеть функции концептуальной метафоры

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Правительства Российской Федерации (Постановление от 16 марта 2013 г. № 211), контракт 02.A03.21.0006.