

Международная серия монографий
«ЯЗЫК В КООРДИНАТАХ МАССМЕДИА»
основана Институтом «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
и Медиалингвистической комиссией
при Международном комитете славистов



Редакционный совет

Главный редактор

А. С. Пуу (С.-Петербург, Россия)

Ответственный редактор

Л. Р. Дускаева (С.-Петербург, Россия)

Члены совета

Гарри Вальтер (Грайфсвальд, Германия)

Йиржи Газда (Брно, Чехия)

Райна Драгичевич (Белград, Сербия)

Петер Женюх (Братислава, Словакия)

Минка Златева (София, Болгария)

Данута Кемпа-Фигура (Люблин, Польша)

Малгожата Кита (Катовице, Польша)

Владимир Коньков (Санкт-Петербург, Россия)

Мария Конюшкевич (Гродно, Белоруссия)

Ивона Лое (Катовице, Польша)

Уго Перси (Бергамо, Италия)

Андрей Полонский (Белгород, Россия)

Чжан Хоэйцинь (Пекин, Китай)

Наталья Цветова (Санкт-Петербург, Россия)

Татьяна Шмелева (Великий Новгород, Россия)

Редакционная коллегия: Е. В. Выровцева, Л. Ю. Иванова, Ю. М. Коняева,
Е. Ю. Лебединская, А. А. Малышев, Н. А. Прокофьева, А. А. Самсонова,
Е. А. Щеглова (Санкт-Петербург, Россия)

ИНСТИТУТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Серия «Язык в координатах массмедиа»

Диалог-спор в научно-популярной коммуникации

Коллективная монография

Санкт-Петербург

Медиапир

2022

УДК 070

ББК 76.00

Д 44

Работа выполнена при поддержке РНФ (грант № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакоммуникации»)

Рецензенты:

кандидат филол. наук, доцент кафедры журналистики Гродненского государственного университета им. Янки Купалы (Республика Беларусь)

Т. А. Пивоварчик;

д-р филол. наук, проф., зав. кафедрой общей и прикладной филологии, литературы и русского языка Алтайского государственного университета, руководитель Экспертного центра Института гуманитарных наук Алтайского государственного университета

Т. В. Чернышова.

Авторы:

Е. В. Выровцева, Л. П. Громова, Л. Р. Дускаева, Л. Ю. Иванова, В. И. Коньков, Ю. М. Коняева, Е. Ю. Лебединская, А. А. Малышев, Н. А. Прокофьева, П. И. Рысакова, А. А. Самсонова, Ю. О. Соловьева, И. Н. Тельнова, Н. С. Цветова, К. М. Шилихина, Е. А. Щеглова

Научный редактор:

д-р филол. наук, проф. Л. Р. Дускаева

Ответственный редактор:

Ю. М. Коняева

Диалог-спор в научно-популярной коммуникации: коллективная монография / под науч. ред. Л. Р. Дускаевой, отв. ред. Ю. М. Коняева. — СПб.: Медиапапир, 2022. — 184 с. — (Серия «Язык в координатах массмедиа»).

Монография продолжает серию «Язык в координатах массмедиа», основанную Институтом «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета. В ней представлены промежуточные результаты исследования, проводимого в рамках проекта РНФ № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакоммуникации». Книга включает четыре главы, в которых раскрывается специфика полемической научно-популярной коммуникации: рассматриваются исторические корни полемики, раскрываются особенности популяризаторской деятельности, формы и средства возражения. Отдельную главу составляют исследования возражающего дискурса в диалоге социальных сетей. Книга адресована журналистам, лингвистам, студентам факультетов журналистики.

ISBN 978-5-00110-315-8

© Коллектив авторов, СПбГУ, 2022

© Медиапапир, 2022

Оглавление

Введение	6
Глава 1. Развитие полемической культуры в отечественных научно-популярных массмедиа	
<i>Громова Л. П.</i> У истоков российского опыта научной популяризации	23
<i>Цветова Н. С.</i> Становление представлений о научной полемике в российской журналистике	36
<i>Малышев А. А.</i> Возражение в научно-популярной журналистике первой половины XVIII века	43
<i>Рысакова П. И.</i> Диалог как форма научной коммуникации в цифровой медиасреде	53
Глава 2. Популяризация в медиа как коммуникативно-речевая деятельность	
<i>Коньков В. И.</i> Популяризация научных знаний в медийной среде: речевые стратегии	61
<i>Соловьева Ю. О.</i> Журналист как популяризатор правовых знаний	67
<i>Коняева Ю. М.</i> Репрезентация экспертного мнения в новостном научно-популярном медиатексте	75
<i>Тельнова И. Н.</i> Бифуркация научных коммуникаций в условиях санкционного давления	84
Глава 3. Формы и средства возражения в медиакоммуникации	
<i>Дускаева Л. Р.</i> Речевые практики возражения в текстообразовании научно-популярной медиакоммуникации	94
<i>Лебединская Е. Ю.</i> Ирония как возражение в научно-популярных сетевых медиатекстах: основные механизмы	109
<i>Самсонова А. А.</i> Речевая провокация в научно-популярных телепередачах	121
<i>Выровцева Е. В.</i> Полемическая стратегия в представлении нового знания в авторском проекте «Голый землекоп»	131
Глава 4. Возражающий дискурс комментаторов в диалоге социальных сетей	
<i>Иванова Л. Ю.</i> Вариативность смысловых компонентов негации в Telegram-каналах о науке	144
<i>Прокофьева Н. А.</i> Речевые практики возражения в диалогическом научно-популярном тексте	150
<i>Щеглова Е. А.</i> Формы возражения в медийном диалоге о новых лексикографических проектах	161
<i>Шилихина К. М.</i> «Ваксеры» и «анти-ваксеры»: научно-популярный дискурс и конкуренция стратегий убеждения в агональной коммуникации	173

Введение¹

Анализируя историю изучения научно-популяризаторской деятельности в медиакоммуникации, мы обратили внимание на множественность подходов к ее изучению. В зависимости от времени охвата, научно-популярная журналистика анализируется либо в историческом², либо в синхронном срезе³. Предметом анализа в современном научно-популярном дискурсе были:

1) форматы и способы популяризации научного знания в разных типах СМИ и на разных медиаплатформах: в печатных изданиях⁴, на радио и телевидении⁵, на новостных порталах⁶, YouTube-каналах и в социальных

¹ При поддержке РНФ (грант № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакоммуникации»).

² Акопов А. И. Отечественные специальные журналы 1765–1917: историко-типологический обзор. Ростов-на-Дону, 1986; Ваганов А. Г. Эволюция форм популяризации науки в России: XVIII–XXI вв. // Наука. Инновации. Образование. 2016. Т. 11. № 3. С. 64–77; Лазаревич Э. А. Популяризация науки в России. М., 1981; Панков А. В. Популяризация науки в периодической печати: (На материале литературно-общественных политических журналов): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 1973; Хаскина М. И. Современный научно-популярный журнал. Структура издания. Специфика жанров: дисс. ... канд. филол. наук. М., 1980; Мальшев А. А. Толкование в научно-популярных текстах первой половины XVIII века (на примере журнала «Примечания к Санкт-Петербургским ведомостям»): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2017.

³ Акопов А. И. Типологические признаки сетевых изданий. Ростов-на-Дону, 2000; Дивеева Н. В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2015; Емельянова Н. Н., Омелаенко В. В. Российская наука в медийном контексте // Философия науки и техники. 2015. Т. 20. № 2. С. 142–163; Лапина И. Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения. М., 2005; Макарова Е. Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2013; Тертычный А. А. Методы популяризации научного знания в современных СМИ // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Казань, 2014. С. 330–337.

⁴ Кильдякова О. А. Популяризация науки на примере журнала «Кот Шрёдингера»: Опыт аналитической рецензии // Известия высших учебных заведений. Прикладная нелинейная динамика. 2019. Т. 27. № 1. С. 119–125; Парофонова В. А. Научно-популярные журналы в структуре современных СМИ: типологические и профильные особенности: дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2017; Пастухова Б. П. Особенности популяризации гуманитарных наук (на примере печатных СМИ) // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. Т. 2. № 26. С. 25–33; Родионова Ю. Д. Соблюдение принципов популяризации в научно-популярных изданиях (на примере журнала «Вокруг света») // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 10-5. С. 141–145; Сынбулатова А. Р. Специфика популяризации науки в социальной сети «ВКонтакте» (на примере официальных сообществ n+1, National Geographic Россия, «Вокруг света») // Челябинский гуманитарий. 2018. № 1(42). С. 60–68.

⁵ Волошин А. В. Популяризация языка науки в современных телевизионных СМИ (на примере программы «Галилео») // Исследовательская деятельность студентов: научные и прикладные аспекты общественных и гуманитарных дисциплин. М., 2015. С. 157–165; Константинова Е. Г. Популяризация науки на современном российском экране: кризис направления и пути преодоления // Медиаскоп. 2009. Вып. 1. URL: <http://mediascope.ru/node/290>; Лапина И. Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения. М., 2005.

⁶ Сотников К. Ю. Освещение новостей науки в современных отечественных СМИ // Институт журналистики и литературного творчества. 2016. № 1. С. 14–22.

сетях⁷ и в других виртуальных формах: открытых лекциях, мастер-классах, воркшопах, дебатах⁸ и т. д.;

- 2) принципы организации популяризаторской работы в СМИ⁹;
- 3) субъект популяризации и связанные с ним вопросы¹⁰;
- 4) цели и задачи популяризации¹¹.

⁷ Ермолаев А. Д., Савкин М. Э. Роль социальных сетей в популяризации науки // Смоленский медицинский альманах. 2019. № 1; Макарова Е. Е. Популяризация науки и новые информационные технологии. Медиаскоп. 2011. Вып. 4. URL: <http://mediascope.ru/node/966>; Нагаева А. Э., Ахметьянова Н. А. Социальная сеть Инстаграм как способ популяризации науки среди молодежи // Spirit Time. 2021. № 1–1(37). С. 3–4; Сынбулатова А. Р. Специфика популяризации науки в социальной сети «ВКонтакте» (на примере официальных сообществ n+1, National Geographic Россия, «Вокруг света») // Челябинский гуманитарий. 2018. № 1(42). С. 60–68; Рафиненко В. А., Соколов Н. Н. Концепция мультиплицирования интерактивных площадок «занимательная наука» как подход к популяризации науки // Государство, власть, управление и право. М., 2020. С. 218–221.

⁸ Воробьева А. А. Инструменты event-маркетинга как средства популяризации науки // Альманах научных работ молодых ученых Университета ИТМО СПб., 2018. С. 123–125; Дивеева Н. В., Айдаркин Е. К. Фестиваль науки как средство научной популяризации // Гуманитарные и социальные науки. 2013. № 1. С. 152–162.

⁹ Дивеева Н. В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2015; Как науку делают популярной. О популяризации науки в ВШЭ // Окна роста. 13.05.2020. URL: <https://okna.hse.ru/news/364415684.html>; Кислов А. Г. Культура интеллектуального досуга, или Занимательные схионы // Психологический вестник Уральского федерального университета. 2013. С. 34–49; Кириллин К. А., Скрипченко М. М. Формы и методы популяризации науки в российских СМИ // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 4(71). С. 439–440; Медведева С. М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // Вестник МГИМО. 2014. № 1. С. 278–285; Панина Е. А. Популяризация науки в условиях современной социокультурной ситуации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. № 4(43). С. 172–181; Миронов А. Г., Юферев С. С. Научное волонтерство аграрного вуза в популяризации науки // Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития. Красноярск, 2016. С. 146–148; Штепа В. И. Формирование информационно-коммуникативной парадигмы на примере естественнонаучной тематики в отечественной прессе. Информационная составляющая в контексте новой парадигмы // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2008. № 2.

¹⁰ Ваганов А. Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании // Российский химический журнал (Журнал Российского химического общества им. Д. И. Менделеева). 2007. № 3; Выдрин О. В. Научная коммуникация: к методологии исследования // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 42(180). С. 112–117; Гинзбург В. Л. Еще раз к вопросу о популяризации науки // Наука и жизнь. 2007. № 8; МедиаТренды: экспертный взгляд факультета журналистики МГУ. № 6(78). URL: http://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi_78.pdf.

¹¹ Ваганов А. Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании // Российский химический журнал (Журнал Российского химического общества им. Д. И. Менделеева). 2007. № 3; Васильева Т. Ю. Задачи популяризации науки, инновационного и технологического развития, программы продвижения экспертных знаний в средства массовой информации // Россия: тенденции и перспективы развития. 2015. № 10–2. С. 458–461; Дынич В. И. Формирование инновационного сознания: амбивалентный статус популяризации науки // Alma mater (Вестник высшей школы). 2008. № 9. С. 52–56; Долгова Н. В. Просвещение и инфотейнмент в популяризации науки (на примере российских общественно-политических интернет-СМИ) // Общество и государство в зеркале социологических измерений (VIII Рязанские социологические чтения). М., 2018. С. 307–312; Долгова Н. Science communication и популяризация науки в массмедиа // Международная журналистика–2019: евразийско-атлантическое партнерство и медиа. Минск, 2019. С. 41–48; Пастухова Б. П. Особенности популяризации гуманитарных наук (на примере печатных СМИ) // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. Т. 2. № 26. С. 25–33; Пензина А. И. Национальные особенности популяризации науки в России: исторические предпосылки и современное состояние // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 3. С. 589–597; Полушкин В. А. Содержательный потенциал популяризации науки в сфере борьбы с искажением исторической памяти // Успехи гуманитарных наук. 2021. № 11. С. 20–25; Рязанова Г. В. Проблемы популяризации научного знания в российских СМИ // Медиаисследования. 2014. № 1. С. 222–228; Страшнов С. Л. Популяризация науки в средствах массовой информации // Вестник Ивановского государственного университета. 2003. № 1. С. 3–16; Тушева А. Г. Научная коммуникация как

Однако системных трудов, посвященных популяризации научных знаний как речевой деятельности, не было обнаружено. Между тем реструктуризация медиакommunikации, повышение роли науки в современном российском обществе, медиатизация науки¹² заставляют гуманитариев обратиться к проблемам трансформации популяризации науки в медиа. Современный мир предлагает другие возможности – и другие требования – к популяризации научного знания. Научно-популярные тексты изменяют свои базовые характеристики в связи с переходом от печатной к электронной текстовой культуре (под текстовой культурой мы будем понимать способ создания, хранения и трансляции текстов). Что это за изменения? Являются ли они только внешними или влекут за собой трансформацию смысла и задач научно-популярных текстов?

Предлагаемое нами исследование коммуникативных траекторий возражений в ходе популяризации научных знаний в медиакommunikации с учетом фактора адресата по-настоящему значимо и является весьма проблемным полем:

1) несмотря на широкое сегодня изучение медиакommunikации в разных аспектах, в трудах по социологии, теории коммуникации, медиалогии, теории журналистики, в медиалингвистике сохраняется много проблемных точек;

2) среди российских исследователей термин «медиакommunikация» не получил однозначного определения, что связано с нечеткостью базового термина «коммуникация»¹³.

В последние годы термин «массовая коммуникация» уступает термину «медиакommunikация». Последний между тем трактуется в традиционном для массмедийных исследований техноцентристском и информационном ключе¹⁴. Структура медиакommunikации анализируется по аналогии с массовой коммуникацией в традиции таких ранних классиков, как Г. Лассуэлл, К. Шэннон, У. Уивер, У. Шрамм, которые выделяют

инструмент преодоления коммуникационного разрыва между наукой и обществом // Технологии PR и рекламы в современном обществе. СПб., 2017. С. 202–204.

¹² Заикина Г. А. Задачи Российской академии наук по популяризации и пропаганде науки // Вестник Российской академии наук. 2019. Т. 89. № 1. С. 15–23.

¹³ Пескова Е. Н. Медиакommunikация и медиадискурс: подходы к определению понятий, структура и функции // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2(16). С. 26–31; Коломиец В. П. Концептуализация медиакommunikации // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2575>.

¹⁴ Пескова Е. Н. Медиакommunikация и медиадискурс: подходы к определению понятий, структура и функции // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2(16). С. 26–31; Шилина М. Г. Медиакommunikация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2009. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/404>; Войтик Е. А. К вопросу определения медиакommunikации как понятия // Открытое и дистанционное образование. 2013. № 1. С. 26–31.

отправителя, сообщение, имеющее информационное значение¹⁵, и получателя (массовую аудиторию). Между тем Д. В. Дунас и И. М. Богдановская совершенно справедливо указывают, что аудиторией медиакommunikации выступают в том числе и отдельные индивиды¹⁶. Однонаправленный подход не коррелирует с полученными в наших предыдущих исследованиях представлениями о структуре медиакommunikации¹⁷. Авторы данной работы солидаризируются с теми исследователями, кто стремится обозначить специфику аудитории медиа, признавая, что медиакommunikация служит не только для массового информирования (см. об этом в Главе 3), но и межиндивидуального взаимодействия (см. об этом в Главе 4).

Однако мы считаем излишне технократичной и позицию В. П. Коломийца, который, сближаясь с позициями зарубежных исследователей, предлагает не только отказаться от СМИ-центричной трактовки медиакommunikации, но и интерпретирует ее как набор практик, связанных с производством, распространением и потреблением медиаконтента при помощи технических средств коммуникации¹⁸. Подобная трактовка содержательно отсылает к доминирующим трендам в исследованиях медиакommunikации. Актуальное состояние западных медиаисследований зафиксировано, в частности, в монографии Ф. Наполи «Медиадизированная коммуникация»¹⁹, автор которой указывает, что термин медиадизированная коммуникация выступает как более нейтральное и широкое понятие, охватывающее разнообразие медиапрактик современной реальности (см. раздел «Диалог как форма научной коммуникации в цифровой медиасреде»). Нам представляется, есть потребность в построении более релевантной современным условиям типологии СМК, в которой основное внимание было бы уделено не столько технической структуре медиакommunikации, сколько социально-творческому контексту ее применения и ее участникам²⁰. Принимая указанные идеи, мы планируем

¹⁵ Порва О. Н. Коммуникация как ключевое понятие медиа: современная проблематика, гносеологический аспект // Молодой ученый. 2016. № 14(118). С. 661–663; Пескова Е. Н. Медиакommunikация и медиадискурс: подходы к определению понятий, структура и функции // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2(16). С. 26–31; Шарков Ф. И. Интернет и масс-медиа: локальный дискурс в сетевых и массовых коммуникациях // Коммуникология. 2014. Т. 8. № 6. С. 15–28.

¹⁶ Дунас Д. В. К антропологической теории рассмотрения медиакommunikации // Медиаскоп. 2009. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/k-антропологической-теории-рассмотрения-медиакommunikации>; Богдановская И. М. Медиакommunikация // Вестн. Герценовского ун-та. 2011. № 8. С. 77–80.

¹⁷ См., напр.: Дускаева Л.Р. Выражение диалогичности в газетных текстах. Дис. канд.филол. наук. Пермь, 1995; Дускаева Л.Р. Диалогичность газетных текстов в аспекте речевых жанров. Пермь, 2003.

¹⁸ Коломиец В. П. Концептуализация медиакommunikации // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2575>.

¹⁹ Mediated Communication. Ed. by Philip M. Napoli. De Gruyter Inc., 2018.

²⁰ Корконосенко С. Г. Теория журналистики в России. СПб., 2018.

основной акцент сделать на изучении социальных контекстов порождения медиаконтента, а значит на анализе циркуляции взаимодействующих смысловых позиций в научно-популярной коммуникации, нежели на технологическом изучении структуры медиа.

Но такой подход заставляет нас обратить внимание на логику осмысления в социологической литературе новых форм продвигающих коммуникаций в цифровой медиасреде. Использование новых технологических средств коммуникации позволяет говорить о компьютерной пропаганде, киберпропаганде, цифровой пропаганде – новых практиках социального воздействия с применением цифровых технологий, работы алгоритмов и анализа big data²¹; затрагиваются вопросы продвижения актуальной повестки, стимулирования реального активного действия, стратегии сопротивления и выдвижения альтернативной повестки²². В круг исследовательских вопросов входит также изучение платформ социальных сетей как основной технологической площадки для медиатизированных коммуникаций²³. При этом коммуникативные стратегии акторов расцениваются как элемент коммуникативной фигурации: уникальной комбинации акторов, тематизированных рамок соотнесения и коммуникативных практик²⁴. Отдельно учитывается также и роль медийных алгоритмов, оказывающих влияние на успех медиакommunikации²⁵. В условиях современной медиасреды особый интерес вызывают теоретические модели неявного продвижения, как, например, концепция социологической пропаганды Ж. Эллюля²⁶. В этом контексте важно изучение специфических механизмов «сопротивления» продвижению идей в цифровой среде:

²¹ Woolley S. C., Howard P. N. Computational propaganda: political parties, politicians, and political manipulation on social media. Oxford University Press, 2018; Василькова В. В., Трекин П. А. Компьютерная пропаганда: структурные характеристики и векторы исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. № 13(1). С. 68–83.

²² Vromen A. Digital Citizenship and Political Engagement. London: Palgrave Macmillan UK, 2017; Gerbaudo P. Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism. London: Pluto, 2012; Rodgers J. Spatializing International Politics. Analysing Activism on the Internet. N. Y.: Routledge, 2003.

²³ Dijck J. van, Poell T., Waal M. The platform society: public values in a connective world. New York: Oxford University Press, 2018; Назаров М. М. Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. № 2; Гурин К. Е. Структуры взаимодействия пользователей при обсуждении медиа-контента онлайн-сообществ СМИ // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2016. № 2; Асташкин А. Г., Бреслер М. Г. Социальные медиа в структуре современной сетевой коммуникации // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. 2018. № 4.

²⁴ Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Polity Press, 2017.

²⁵ Diakopoulos N. Automating the News: How Algorithms are Rewriting the Media. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2019; Косоруков А. А. Алгоритмы поисковых машин и социальных сетей как фактор становления цифровой публичной сферы // Политика и общество. 2018. № 2; Назаров М. М. Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. № 2.

²⁶ Белоусов А. Б. Что такое социологическая пропаганда? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 110–122.

троллинга²⁷, мематики²⁸, фейк-новостей²⁹, социальных ботов как алгоритмизированных агентов распространения информации³⁰. С учетом этих обстоятельств для анализа научной популяризации как речевой деятельности с учетом фактора возражения мы закономерно обратились к теории диалога.

Сегодня понятие диалога – одно из наиболее часто употребляемых понятий в разных науках. Диалог изучается не только в традиционных научных дисциплинах – философии, социологии, педагогике, психологии, информатике, политологии, но и во вновь сформировавшихся – конфликтологии, коммуникативистике и др. В современных лингвистических исследованиях диалог также изучается в разных аспектах: социолого-лингвистическом, семиотическом, психолингвистическом, функционально-стилистическом и т. д. Для построения модели лингвопраксиологического анализа научной популяризации методологически значимы вопросы синтактики диалога.

Основы лингвистической теории диалога были заложены, как известно, в 20–30-х гг. XX в. в трудах Л. В. Щербы, Л. П. Якубинского, М. М. Бахтина, Е. Д. Поливанова и других выдающихся ученых³¹. В исследованиях 50–60-х гг. обнаруживаются два подхода к изучению диалога: анализ 1) формально-синтаксического строения реплик в диалогическом единстве и грамматических средств связи соседних реплик³² и 2) функциональных типов диалогов по типу второй, ответной реплики в диалоге. Различные языковые средства оформления диалогических высказываний стали рассматриваться с точки зрения их функциональной, а затем и прагматической роли в том или

²⁷ Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М. Троллинг в русскоязычных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 84–100.

²⁸ Shifman L. Memes in Digital Culture. The MIT Press, 2013; Азаров А. А. и др. Мемы и социоинженерные атаки в виртуальном пространстве // Труды СПИИРАН. 2013. Вып. 7(30). С. 88–121; Шомова С. А. «Война мемов»: новые повороты информационного противостояния // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 5.

²⁹ Zimdars M., McLeod K. (Eds.). Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age. Cambridge, MA: MIT Press, 2020; Казун А. Д. Так ли страшен фейк? Ложные новости и их роль в современном мире // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 4. С. 162–175.

³⁰ Василькова В. В., Трекин П. А. Компьютерная пропаганда: структурные характеристики и векторы исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. № 13(1). С. 68–83.

³¹ Щерба Л. В. Избранные работы по языкознанию и фонетике. М., 1958; Якубинский Л. П. Избранные работы по русскому языку. М., 1987; Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979; Поливанов Е. Д. Факторы фонетической эволюции языка как трудового процесса. РАНИОН, Учен. зап. Т. 3 (Лингв. секция). М., 1928.

³² Винокур Т. Г. О некоторых синтаксических особенностях диалогической речи в современном русском языке: Дис. ... канд. филол. наук. М., 1953; Михлина М. Л. Из наблюдений над синтаксисом диалогической речи. Автореф. д. ... канд. филол. наук. Л., 1953; Шведова Н. Ю. Очерки по синтаксису русской разговорной речи. М., 1960.

ином типе диалога³³. Эти два вектора исследований диалога сформировали представление о членении диалога на стимулирующие и реагирующие реплики, о ведущей для функционального определения диалога роли второй реплики³⁴, в том числе согласия и возражения или отрицания³⁵.

В связи с активизацией интереса в отечественной и зарубежной лингвистике 70–80-х гг. к коммуникативным аспектам языка и особенностям речевой коммуникации, к сущности отношений автора и адресата были актуализированы во многих научных направлениях – особенно в функционально-лингвистических исследованиях – мысли М. М. Бахтина о двусторонности речевой деятельности, об универсальности диалогических отношений, высказанные еще в 20-х гг. прошлого столетия.

Однако на иной уровень теорию диалога ставят идеи М. М. Бахтина о его социальности. М. М. Бахтин открыл в диалоге природу взаимодействия – отношения двух смысловых позиций «своей» и «чужой». Бахтинское понимание смысловой позиции как выражения жизненной позиции, точки зрения, определенного понимания факта, явления стало ключевым в диалоговедении. Закономерно был сделан вывод об условности границ между диалогом и монологом³⁶. Диалог получил различную интерпретацию в теоретических концепциях, связанных с анализом разных текстовых форм диалога и принципов их построения – беседа, спор, диспут, общение³⁷, но инвариантным для всех его трактовок стал признак протекания во времени речевого взаимодействия³⁸. Диалоговедческие идеи приобрели методологическое значение не только для лингвистической сферы

³³ Арутюнова Н. Д. Некоторые типы диалогических реакций и «почему»-реплики в русском языке. «ФН». 1970. № 3; Арутюнова Н. Д. Фактор адресата. Изв. АН СССР. Сер лит. и языка. 1981. № 4; Балаян А. Р. К проблеме функционально-стилистического изучения диалога. Изв. АН СССР. Сер лит. и языка. 1970. № 3; Балаян А. Р. Еще один монолог о диалоге (и полилоге). «РЯЗаР». 1981. № 4; Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. М., 1972; Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.

³⁴ Арутюнова Н. Д. Прагматика // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990; Баранов А. Г., Крейдлин Г. Е. Иллокутивное вынуждение в структуре диалога // Вопросы языкознания. – 1992. – № 2; Соловьева А. К. О генераторных вопросах диалога // Вопросы языкознания. 1965. - N 6. - С. 103-110.

³⁵ Боргер Я. В. Комплексный анализ речевых актов негативной реакции (на материале современных драматических произведений). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2004; Быччихина О. В. Высказывания со значением отказа: семантико-прагматический и когнитивный аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2004; Муратова К. В. Семантика диалога-спора: дис. ... канд. филол. наук. М., 1991; Постоев И. А. Ситуация несогласия / отказа в динамике английской речи: автореферат дисс. ... канд. филол. н. Хабаровск, 2001; Романов А. А. Описание типологии коммуникативных рассогласований в диалогическом общении // Проблемы функционирования языка. Сб. научных трудов / Под ред. проф. А. А. Романова и А. М. Шахнарвича. М., 1987. С. 78–109; Карбонелл Дж., Хейз Ф. Стратегия преодоления коммуникативных неудач при анализе неграмматичных языковых выражений // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. XXIV. Компьютерная лингвистика. М., 1989. С. 48–105.

³⁶ Гельгардт Р. Р. Рассуждение о диалоге и монологах // Сб. сообщений лингвистического общества. Калинин, 1971. Вып. 1; Занько С. Ф. Основные вопросы лингвистической теории диалога: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 1971.

³⁷ Brown P., Levinson S. G. Universals in language usage: Politeness phenomena // E. Goody ed. Questions and politeness: Strategies in social interaction. Camb. etc.: G. B. T. & Co. UP, 1978.

³⁸ Борисова И. Н. Русский разговорный диалог (структура и динамика). Екатеринбург, 2001.

исследования, но и для отраслей знания, включающих в свое проблемное поле общегуманитарные вопросы человеческого общения. Этот важный признак в трактовке диалога лег в основу многих концепций: науковедческих³⁹, герменевтических⁴⁰, психологических⁴¹, теоретико-журналистских⁴². По М. М. Бахтину, социальная сущность диалога – главная черта этой формы речевого общения, поскольку диалог пронизывает всю речь, а диалогические отношения высказываний представляют собой смену «смысловых позиций»⁴³.

Трактовка диалога как взаимодействия авторского слова с «чужим» словом в разных его проявлениях послужила основой исследований межтекстовых взаимодействий. В рамках семиотики всякий текст стал рассматриваться как интертекст. При подобном широком подходе к интертексту его предтекстом оказываются не только все предшествующие тексты, но и лежащие в их основе общие коды и смысловые системы⁴⁴. Эта позиция, безусловно, стала значима для анализа полилога в гипермедиаексте со множеством субъектов и бесконечным числом векторов развертывания. Обширная инфраструктура массовой коммуникации позволяет развернуть диалог в разных публикациях, программах, выходящих в разных изданиях, на разных каналах системы⁴⁵. Такая картина диалогичности в медиа обусловлена особенностями коммуникативного процесса в данной сфере общения, бесчисленным множеством акторов общения. Диалогический подход дает возможность увидеть новые и новые векторы смыслового взаимодействия, совместить в одном горизонте референтные, функционально-коммуникативные и модальные моменты и выйти в исследовании диалогического взаимодействия за пределы уже известного, поэтому позволяет исследователям воспользоваться диалогической моделью анализа в новых и новых обстоятельствах⁴⁶. Так на основе диалогической

³⁹ Глазман М. С. Научное творчество как диалог // Научное творчество. М., 1969; Библер В. С. Мышление как творчество (Введение в логику мысленного диалога). М., 1975.

⁴⁰ Гусев С. С., Тульчинский Г. Л. Проблема понимания в философии, М., 1985.

⁴¹ Буш Г. Я. Диалогика и творчество. Рига, 1985; Диалог: Теоретические проблемы и методы исследования. М., 1991; Ломов В. Ф. Проблема общения в психологии (вместо введения). Проблемы общения в психологии. М., 1981; Кучинский Г. М. Мышление и диалог. Минск, 1983.

⁴² Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. Барнаул, 2002; Олешко В. Ф. Моделирование в журналистике. Екатеринбург, 2000; Ольховников А. В. Построение показателей аудитории средств массовой информации: Дис. ... канд. филос. наук. М., 1990.

⁴³ Бахтин М. М. Под маской. М., 1993.

⁴⁴ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994; Кристева Ю. Избранные труды. Разрушение поэтики / Пер. с франц. М., 2004; Деррида Ж. Позитив. Киев, 1996; Лотман Ю. М. Текст в тексте // Труды по знаковым системам. Тарту, 1981. Вып. 14; Лотман Ю. М. Семиотика культуры и понятие текста // Избр. статьи: в 3-х т. Т. 1. Таллин, 1992; Риффатер М. Критерии стилистического анализа // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвостилистика. М., 1980. Вып. 9.

⁴⁵ ван Дейк Т. А. Язык, познание, коммуникация. М., 1989; Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984.

⁴⁶ Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2019.

модели коммуникации была построена типология газетных речевых жанров, в которых выплавляются разные модели взаимодействия смысловых позиций коммуникантов системы⁴⁷, затем модель анализа медиадискурса в области пересечения в медиа полей вовлечения и вовлеченности⁴⁸ и модель анализа поля вовлеченности⁴⁹. Авторы данного проекта, анализируя области пересечения в медиа полей вовлечения и вовлеченности, будут использовать обе эти модели.

Одна из разновидностей диалогического взаимодействия – возражение. К нему также обращено внимание ученых многих направлений. В исследованиях коммуникативной природы возражения обнаруживается несколько продуктивных для нашей работы идей. Во-первых, возражение рассматривается частью диалога, как речевое реагирование во взаимодействии⁵⁰. Во-вторых, в ходе анализа практического материала на основании таких критериев, как вид возражения (опровержение / несогласие), объем возражения (общее / частное), а также способ выражения (эксплицитный / имплицитный) выделяются различные логико-семантические типы высказываний возражения: несогласие, отказ⁵¹, негативная оценка⁵², коммуникативное рассогласование⁵³. По форме выражения выделяют эксплицитную и имплицитную разновидности⁵⁴. Во

⁴⁷ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров: дис. ... д-ра филол. наук. Пермь, 2004.

⁴⁸ Duskaeva L. (ed.) *Speech Etiquette in Slavic Online Communities*. Palgrave Macmillan. 2021. <https://www.palgrave.com/gp/book/9783030817466#aboutAuthors>

⁴⁹ Duskaeva L. (ed.) *The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication*. London - N.-Y., Routledge 2021. <https://www.routledge.com/The-Ethics-of-Humour-in-Online-Slavic-Media-Communication/Duskaeva/p/book/9780367689117>.

⁵⁰ Кунаева Н. В. Дискурсивный анализ высказываний в ситуации возражения: автореф. дисс. ... канд. филол. н. Воронеж, 2009; Боргер Я. В. Комплексный анализ речевых актов негативной реакции (на материале современных драматических произведений). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2004; Бычихина О. В. Высказывания со значением отказа: семантико-прагматический и когнитивный аспекты. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2004; Муратова К. В. Семантика диалога-спора: дисс. ... канд. филол. наук. М., 1991; Постоенко И. А. Ситуация несогласия / отказа в динамике английской речи: автореферат дисс. ... канд. филол. н. Хабаровск, 2001; Романов А. А. Описание типологии коммуникативных рассогласований в диалогическом общении // Проблемы функционирования языка. Сб. научных трудов / Под ред. проф. А. А. Романова и А. М. Шахнаровича. М., 1987. С. 78–109; Карбонелл Дж., Хейз Ф. Стратегия преодоления коммуникативных неудач при анализе неграмматических языковых выражений // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. XXIV. Компьютерная лингвистика. М., 1989. С. 48–105.

⁵¹ Кунаева Н. В. Дискурсивный анализ высказываний в ситуации возражения: автореф. дисс. ... канд. филол. н. Воронеж, 2009; Постоенко И. А. Ситуация несогласия / отказа в динамике английской речи: автореферат дисс. ... канд. филол. н. Хабаровск, 2001.

⁵² Старостина Ю. С. Прагматический потенциал негативной оценки в английской стилизованной разговорной речи: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2008.

⁵³ Романов А. А. Описание типологии коммуникативных рассогласований в диалогическом общении // Проблемы функционирования языка. Сб. научных трудов / Под ред. проф. А. А. Романова и А. М. Шахнаровича. М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1987. С. 78–109.

⁵⁴ Симонова С. О. Коммуникативно-когнитивные особенности выражения косвенных и имплицитных речевых актов отказа в диалогическом дискурсе: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2011.

всех работах содержатся попытки раскрыть речевую идентичность разных форм возражений.

Но для проблематики нашей работы важно подчеркнуть, что, когда возражение рассматривают в контексте коммуникации и межтекстуальных связей, то единица анализа возражающего дискурса укрупняется, образуя особый вектор исследований. В частности, с учетом того, что в агональной коммуникации возражение эксплицируется категорично, оно и рассматривается как конфликтно организованное высказывание⁵⁵ или речевой жанр⁵⁶. Полезен для нас опыт анализа языка крайних форм передачи возражения – ненависти, речевой агрессии⁵⁷ или категории оппозитивности⁵⁸, стилистико-речевых приемов создания конфликтного высказывания и выражения оппозитивности⁵⁹, а также комически модализованных реакций в диалоге – цинизма, издевки, пранка и др.⁶⁰ Как видим, логика исследований

⁵⁵ Белинская Е. П., Илюхина С. И. Особенности протекания конфликта в виртуальной коммуникации // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2018. № 1(11); Дейк Т. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М., 2013; Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров: дис. ... д-ра филол. наук. Пермь, 2004; Иваненко Г. С. Коммуникация в социальной сети: факторы конфликтности // Юрлингвистика. 2020. № 18. С. 21–25; Иванова Л. Ю. Речевая репрезентация межтекстовой диалогичности в медиадискурсе международных отношений: Дисс. ... канд. филол. н. СПб., 2018; Щербина А. В. Коммуникативная парадигма в конфликтологии // Дискурс. 2017. № 4. С. 103–112.

⁵⁶ Кишина Е. В., Сафиулина Е. Ю. Лингвоконфликтологическое исследование интернет-обращения. Kemerovo State University Bulletin. 2019. № 21(4); Комалова Л. Р., Голошапова Т. И. Дифференцированный анализ речевого жанра «оскорбление» на материале сообщений социальной интернет-сети // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics & Semantics. 2021. № 12(3). С. 619–631; Седов К. Ф. Языковая личность в аспекте психолингвистической конфликтологии // Труды междунар. семинара «Диалог – 2002» по компьютерной лингвистике. URL: <http://www.dialog-21.ru/digest/2002/articles/sedov>.

⁵⁷ Власова Е. В. Речевая агрессия в печатных СМИ (на материале немецко- и русскоязычных газет 30-х и 90-х гг. XX века): Дисс. ...канд. филол. н. Саратов, 2005; Речевая агрессия как свойство информационного пространства / Под ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2011; Oetzel J. G., Ting-Toomey S. The SAGE Handbook of Conflict Communication: Integrating Theory, Research, and Practice. SAGE Publications, Inc., 2013.

⁵⁸ Краснова Т. И. Оппозитивность газетного дискурса русского зарубежья 1917–1922 гг. (идеологическая модализация и структура). Дис. ... докт. филол. н. СПб., 2013; Тругова С. В. Специфика отношений оппозитивности в спортивном дискурсе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2010. № 4. С. 73–79.

⁵⁹ Белоус Н. А. Фазовая характеристика конфликтного дискурса // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2007. № 8. С. 64–77; Болотнова Н. С. Гармонизация речевого общения // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / Под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. С. 90–91; Борисова И. Н. Структура и динамика дискурса в потенциально конфликтной ситуации // Речевая конфликтология / Отв. ред. М. Я. Дымарский. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. С. 33–69; Евстафьева А. В. Язык вражды в средствах массовой информации: лингвистические и экстралингвистические факторы функционирования: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2009; Ильенко С. Г. Ориентиры и исходные понятия речевой конфликтологии // Речевая конфликтология / Отв. ред. М. Я. Дымарский. СПб., 2008. С. 7–17; Нарчук В. С. Коммуникативные тактики выхода из конфликтных речевых ситуаций в социальных сетях // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 426(4). С. 151–156; Соловьева Н. В. Оппозитивность как текстообразующая лингвистическая категория. М., 2019; Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения: дис. ... д. филол. н. Екатеринбург, 2003.

⁶⁰ Воронцова Т. А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2016. № 26(2). С. 109–116; Дускаева Л. Р., Конаяева Ю. М. Троллинг как речевая практика в русскоязычных интернет-СМИ // Учимся говорить по-русски. Речь электронных СМИ в контексте медиастилистики: коллективная монография / Под ред.

лингвистических механизмов негаций определяется несколькими векторами: во-первых, в связи с дискурсным анализом возражения постепенно укрупняется единица анализа (от отдельных слов внимание перемещается на композиционно оформленные речевые единицы – речевые жанры и тексты), во-вторых, возражение анализируется во множестве разновидностей, в-третьих, оттачиваются методики анализа оформления возражающего реагирования в диалоге. Однако подчеркнем, что, наряду с вниманием к функционированию вербальных средств, создающих композиционную оформленность репрезентантов той или иной категории в той или иной сфере общения, в условиях массмедиа требуется исследовательское внимание к репрезентантам разной семиотической природы, поскольку именно их использование делает массмедиа эффективным. В связи с этим выражаем убежденность, что изучение категории возражения в массмедиа должно осуществляться с учетом взаимодействия не только вербальных средств, но и аудиальных и визуальных. Кроме того, в исследованиях сложились предпосылки для комплексного анализа возражения внутри межтекстовых связей медиакommunikации. Предлагаемая вашему вниманию книга представляет исследование, осуществленное в русле активно разрабатываемого направления в науке о медиа – медиалингвистике.

Цель монографии – анализ речевых практик возражений в полемическом научно-популярном медиадискурсе. В первой главе авторы обращаются к разным этапам становления культуры популяризации. Для комплексного анализа траекторий продвижения и негативных реакций в них необходим широкий комплексный подход к возражению как социально-коммуникативному действию, поэтому во второй главе устанавливаются разные типы траекторий научно-популярной медиакommunikации и «места» в них негативных реакций, а также вопросы мотивации возражений у аудитории в ходе популяризации научных знаний. В последних двух главах анализируются целевые разновидности возражений и дается их описание как композиционно оформленных коммуникативных единиц и т. п. С этой целью устанавливаются разноуровневые маркеры «диалогического соприкосновения» по «линии возражения» – грамматические, стилистические, дискурсные.

Е. Л. Варгановой. М., 2016; Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. М., 2016; Duskaeva L., Shcheglova E. Humour in prank telephone conversations // Duskaeva L. (ed.) The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication. Routledge, 2021. Pp. 42–58. DOI: 10.4324/9781003139584-6; Duskaeva L., Ivanova L. Humour as izdevka (gibe) // Duskaeva L. (ed.) The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication. Routledge, 2021. Pp. 59–75. DOI: 10.4324/9781003139584-7; Vasileva V. Humour as evaluation of 'poshlost' and cynicism in the speech of others // Duskaeva L. (ed.) The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication. Routledge, 2021. Pp. 76–93.

ЛИТЕРАТУРА

Азаров А. А. и др. Мемы и соционженерные атаки в виртуальном пространстве // Труды СПИИРАН. 2013. Вып. 7(30). С. 88–121.

Акопов А. И. Отечественные специальные журналы 1765-1917: историко-типологический обзор. Ростов-на-Дону, 1986.

Акопов А. И. Типологические признаки сетевых изданий. Ростов-на-Дону, 2000.

Асташкин А. Г., Бреслер М. Г. Социальные медиа в структуре современной сетевой коммуникации // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2018. № 4.

Белинская Е. П., Илюхина С. И. Особенности протекания конфликта в виртуальной коммуникации // Вестник РГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2018. № 1(11).

Белоусов А. Б. Что такое социологическая пропаганда? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 110–122.

Богдановская И. М. Медиакоммуникация // Вестн. Герценовского ун-та. 2011. № 8. С. 77–80.

Болотнова Н. С. Гармонизация речевого общения // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / Под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. С. 90–91.

Боргер Я. В. Комплексный анализ речевых актов негативной реакции (на материале современных драматических произведений). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2004.

Борисова И. Н. Структура и динамика дискурса в потенциально конфликтной ситуации // Речевая конфликтология / Отв. ред. М. Я. Дымарский. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. С. 33–69.

Бычихина О. В. Высказывания со значением отказа: семантико-прагматический и когнитивный аспекты. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2004.

Ваганов А. Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании // Российский химический журнал (Журнал Российского химического общества им. Д. И. Менделеева). 2007. № 3.

Ваганов А. Г. Эволюция форм популяризации науки в России: XVIII–XXI вв. // Наука. Инновации. Образование. 2016. Т. 11. № 3. С. 64–77.

Васильева Т. Ю. Задачи популяризации науки, инновационного и технологического развития, программы продвижения экспертных знаний в средства массовой информации // Россия: тенденции и перспективы развития. 2015. № 10-2. С. 458–461.

Василькова В. В., Трекин П. А. Компьютерная пропаганда: структурные характеристики и векторы исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. № 13(1). С. 68–83.

Власова Е. В. Речевая агрессия в печатных СМИ (на материале немецко- и русскоязычных газет 30-х и 90-х гг. XX века): Дисс. ...канд. филол. н. Саратов, 2005.

Войтик Е. А. К вопросу определения медиакоммуникации как понятия // Открытое и дистанционное образование. 2013. № 1. С. 26–31.

Волошин А. В. Популяризация языка науки в современных телевизионных СМИ (на примере программы «Галилео») // Исследовательская деятельность студентов: научные и прикладные аспекты общественных и гуманитарных дисциплин. М., 2015. С. 157–165.

Воробьева А. А. Инструменты event-маркетинга как средства популяризации науки // Альманах научных работ молодых ученых Университета ИТМО СПб., 2018. С. 123–125.

Воронцова Т. А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2016. № 26(2). С. 109–116.

Вьдрин О. В. Научная коммуникация: к методологии исследования // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 42(180). С. 112–117.

Гинзбург В. Л. Еще раз к вопросу о популяризации науки // Наука и жизнь. 2007. № 8.

Гурин К. Е. Структуры взаимодействия пользователей при обсуждении медиа-контента онлайн-сообществ СМИ // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2016. № 2.

Дейк Т. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.

Дивеева Н. В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2015.

Дивеева Н. В., Айдаркин Е. К. Фестиваль науки как средство научной популяризации // Гуманитарные и социальные науки. 2013. № 1. С. 152–162.

Долгова Н. Science communication и популяризация науки в массмедиа // Международная журналистика–2019: евразийско-атлантическое партнерство и медиа. Минск, 2019. С. 41–48.

Долгова Н. В. Просвещение и инфотейнмент в популяризации науки (на примере российских общественно-политических интернет-СМИ) // Общество и государство в зеркале социологических измерений (VIII Рязанские социологические чтения). М., 2018. С. 307–312.

Дунас Д. В. К антропологической теории рассматривания медиакommunikации // Медиаскоп. 2009. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/k-антропологической-теории-рассматривания-медиакommunikации>.

Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров: Дис. ... д-ра филол. наук. Пермь, 2004.

Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: Флинта, 2019.

Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М. Троллинг в русскоязычных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 84–100.

Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М. Троллинг как речевая практика в русскоязычных интернет-СМИ // Учимся говорить по-русски. Речь электронных СМИ в контексте медиастилистики: коллективная монография / Под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2016.

Дынич В. И. Формирование инновационного сознания: амбивалентный статус популяризации науки // Alma mater (Вестник высшей школы). 2008. № 9. С. 52–56.

Евстафьева А. В. Язык вражды в средствах массовой информации: лингвистические и экстралингвистические факторы функционирования: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2009.

Емельянова Н. Н., Омелаенко В. В. Российская наука в медийном контексте // Философия науки и техники. 2015. Т. 20. № 2. С. 142–163.

Ермолаев А. Д., Савкин М. Э. Роль социальных сетей в популяризации науки // Смоленский медицинский альманах. 2019. № 1.

Заикина Г. А. Задачи Российской академии наук по популяризации и пропаганде науки // Вестник Российской академии наук. 2019. Т. 89. № 1. С. 15–23. DOI 10.31857/S0869-587389115-23.

Иваненко Г. С. Коммуникация в социальной сети: факторы конфликтности // Юрислингвистика. 2020. № 18. С. 21–25. DOI: 10.14258/leglin(2020)1805

Иванова Л. Ю. Речевая репрезентация межтекстовой диалогичности в медиадискурсе международных отношений: Дисс. ... канд. филол. н. СПб., 2018.

Ильенко С. Г. Ориентиры и исходные понятия речевой конфликтологии // Речевая конфликтология / Отв. ред. М. Я. Дымарский. СПб.: Изд-во РГПУ, 2008. С. 7–17.

Казун А. Д. Так ли страшен фейк? Ложные новости и их роль в современном мире // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 4. С. 162–175.

Как науку делают популярной. О популяризации науки в ВШЭ // Окна роста. 13.05.2020. URL: <https://okna.hse.ru/news/364415684.html>.

Карбонелл Дж., Хейз Ф. Стратегия преодоления коммуникативных неудач при анализе неграмматичных языковых выражений // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. XXIV. Компьютерная лингвистика. М.: Прогресс, 1989. С. 48–105.

Кильдякова О. А. Популяризация науки на примере журнала «Кот Шрёдингера»: Опыт аналитической рецензии // Известия высших учебных заведений. Прикладная нелинейная динамика. 2019. Т. 27. № 1. С. 119–125. DOI 10.18500/0869-6632-2019-27-1-119-125.

Кирилин К. А., Скрипченко М. М. Формы и методы популяризации науки в российских СМИ // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 4(71). С. 439–440.

Кислов А. Г. Культура интеллектуального досуга, или Занимательные схилии // Психологический вестник Уральского федерального университета. 2013. С. 34–49.

Кишина Е. В., Сафиулина Е. Ю. Лингвоконфликтологическое исследование интернет-обращения. Kemerovo State University Bulletin. 2019. № 21(4). С. 1114–1122. DOI:10.21603/2078-8975-2019-21-4-1114-1122.

Коломиец В. П. Концептуализация медиакommunikации // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2575>.

Комалова Л. Р., Голощапова Т. И. Дифференцированный анализ речевого жанра «оскорбление» на материале сообщений социальной интернет-сети // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics & Semantics. 2021. № 12(3). С. 619–631. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-619-631.

Константинова Е. Г. Популяризация науки на современном российском экране: кризис направления и пути преодоления // Медиаскоп. 2009. Вып. 1. URL: <http://mediascope.ru/node/290>.

Корконосенко С. Г. Теория журналистики в России. СПб.: Алетей, 2018.

Косоруков А. А. Алгоритмы поисковых машин и социальных сетей как фактор становления цифровой публичной сферы // Политика и общество. 2018. № 2.

Краснова Т. И. Опозитивность газетного дискурса русского зарубежья 1917–1922 гг. (идеологическая модализация и структура). Дис. ... докт. филол. н. СПб., 2013.

Кунаева Н. В. Дискурсивный анализ высказываний в ситуации возражения: автореф. дисс. ... канд. филол. н. Воронеж, 2009.

Лазаревич Э. А. Популяризация науки в России. М., 1981.

Лапина И. Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения. М., 2005.

Макарова Е. Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2013.

Макарова Е. Е. Популяризация науки и новые информационные технологии. Медиаскоп. 2011. Вып. 4. URL: <http://mediascope.ru/node/966>.

Мальшев А. А. Толкование в научно-популярных текстах первой половины XVIII века (на примере журнала «Примечания к Санкт-Петербургским ведомостям»): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2017.

Медведева С. М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // Вестник МГИМО. 2014. № 1. С. 278–285.

МедиаТренды: экспертный взгляд факультета журналистики МГУ. № 6(78). URL: http://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi_78.pdf.

Мионов А. Г., Юферев С. С. Научное волонтерство аграрного вуза в популяризации науки // Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития. Красноярск, 2016. С. 146–148.

Муратова К. В. Семантика диалога-спора: дисс. ... канд. филол. наук. М., 1991.

Нагаева А. Э., Ахметьянова Н. А. Социальная сеть Инстаграм как способ популяризации науки среди молодежи // Spirit Time. 2021. № 1–1(37). С. 3–4.

Назаров М. М. Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. № 2.

Нарчук В. С. Коммуникативные тактики выхода из конфликтных речевых ситуаций в социальных сетях // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 426(4). С. 151–156. DOI:10.24411/1994-2796-2019-10420.

Панина Е. А. Популяризация науки в условиях современной социокультурной ситуации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. № 4(43). С. 172–181. DOI 10.24411/2078-1024-2019-14018.

Панков А. В. Популяризация науки в периодической печати: (На материале литературно-общественных политических журналов): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 1973.

Парофорова В. А. Научно-популярные журналы в структуре современных СМИ: типологические и профильные особенности: дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2017.

Пастухова Б. П. Особенности популяризации гуманитарных наук (на примере печатных СМИ) // Журналист. Социальные коммуникации. 2017. Т. 2. № 26. С. 25–33.

Пензина А. И. Национальные особенности популяризации науки в России: исторические предпосылки и современное состояние // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 3. С. 589–597. DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-3-589-597.

Пескова Е. Н. Медиакоммуникация и медиадискурс: подходы к определению понятий, структура и функции // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2(16). С. 26–31.

Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. М.: Флинта, 2016.

Полушкин В. А. Содержательный потенциал популяризации науки в сфере борьбы с искажением исторической памяти // Успехи гуманитарных наук. 2021. № 11. С. 20–25.

Порва О. Н. Коммуникация как ключевое понятие медиа: современная проблематика, гносеологический аспект // Молодой ученый. 2016. № 14(118). С. 661–663.

Постоенок И. А. Ситуация несогласия / отказа в динамике английской речи: автореферат дисс. ... канд. филол. н. Хабаровск, 2001.

Рафиенко В. А., Соколов Н. Н. Концепция мультиплицирования интерактивных площадок «занимательная наука» как подход к популяризации науки // Государство, власть, управление и право. М., 2020. С. 218–221.

Речевая агрессия как свойство информационного пространства / Под ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2011.

Родионова Ю. Д. Соблюдение принципов популяризации в научно-популярных изданиях (на примере журнала «Вокруг света») // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 10-5. С. 141–145.

Романов А. А. Описание типологии коммуникативных рассогласований в диалогическом общении // Проблемы функционирования языка. Сб. научных трудов / Под ред. проф. А. А. Романова и А. М. Шахнаровича. М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1987. С. 78–109.

Рязанова Г. В. Проблемы популяризации научного знания в российских СМИ // Медиаисследования. 2014. № 1. С. 222–228.

Седов К. Ф. Языковая личность в аспекте психолингвистической конфликтологии // Труды междунар. семинара «Диалог – 2002» по компьютерной лингвистике. URL: <http://http://www.dialog-21.ru/digest/2002/articles/sedov/>.

Симонова С. О. Коммуникативно-когнитивные особенности выражения косвенных и имплицитных речевых актов отказа в диалогическом дискурсе: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2011.

Соловьева Н. В. Оппозитивность как текстообразующая лингвистическая категория. М., 2019.

Старостина Ю. С. Прагматический потенциал негативной оценки в английской стилизованной разговорной речи: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2008.

Страшинов С. Л. Популяризация науки в средствах массовой информации // Вестник Ивановского государственного университета. 2003. № 1. С. 3–16.

Стругова С. В. Специфика отношений оппозитивности в спортивном дискурсе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2010. № 4. С. 73–79.

Сынбулатова А. Р. Специфика популяризации науки в социальной сети «ВКонтакте» (на примере официальных сообществ n+1, National Geographic Россия, «Вокруг света») // Челябинский гуманитарий. 2018. № 1(42). С. 60–68.

Тертычный А. А. Методы популяризации научного знания в современных СМИ // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Казань, 2014. С. 330–337.

Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения: дис... д. филол. н. Екатеринбург, 2003.

Тушева А. Г. Научная коммуникация как инструмент преодоления коммуникационного разрыва между наукой и обществом // Технологии PR и рекламы в современном обществе. СПб., 2017. С. 202–204.

Хаскина М. И. Современный научно-популярный журнал. Структура издания. Специфика жанров: дисс. ... канд. филол. наук. М., 1980.

Шарков Ф. И. Интернет и масс-медиа: локальный дискурс в сетевых и массовых коммуникациях // Коммуникология. 2014. Т. 8. № 6. С. 15–28.

Шилина М. Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2009. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/404>.

Шомова С. А. «Война мемов»: новые повороты информационного противостояния // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 5.

Штена В. И. Формирование информационно-коммуникативной парадигмы на примере естественнонаучной тематики в отечественной прессе. Информационная составляющая в контексте новой парадигмы // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2008. № 2.

Щербина А. В. Коммуникативная парадигма в конфликтологии // Дискурс. 2017. № 4. С. 103–112.

Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Polity Press, 2017.

Diakopoulos N. Automating the News: How Algorithms are Rewriting the Media. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2019.

Dijk J. van, Poell T., Waal M. The platform society: public values in a connective world. New York: Oxford University Press, 2018.

Duskaeva L., Ivanova L. Humour as izdevka (gibe) // Duskaeva L. (ed.) The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication. Routledge, 2021. Pp. 59–75. DOI: 10.4324/9781003139584-7.

Duskaeva L., Shcheglova E. Humour in prank telephone conversations // Duskaeva L. (ed.) *The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication*. Routledge, 2021. Pp. 42–58. DOI: 10.4324/9781003139584-6.

Gerbaudo P. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto, 2012.

Mediated Communication. Ed. by Philip M. Napoli. De Gruyter, Inc., 2018.

Oetzel J. G., Ting-Toomey S. *The SAGE Handbook of Conflict Communication: Integrating Theory, Research, and Practice*. SAGE Publications, Inc., 2013.

Rodgers J. *Spatializing International Politics. Analysing Activism on the Internet*. N. Y.: Routledge, 2003.

Shifman L. *Memes in Digital Culture*. The MIT Press, 2013.

Vasileva V. Humour as evaluation of poshlost' and cynicism in the speech of others // Duskaeva L. (ed.) *The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication*. Routledge, 2021. Pp. 76–93. DOI: 10.4324/9781003139584-8.

Vromen A. *Digital Citizenship and Political Engagement*. London: Palgrave Macmillan UK, 2017.

Woolley S. C., Howard P. N. *Computational propaganda: political parties, politicians, and political manipulation on social media*. Oxford University Press, 2018.

Zimdars M., McLeod K. (Eds.). *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age*. Cambridge, MA: MIT Press, 2020.

Л. Р. Дускаева

Глава 1. Развитие полемической культуры в отечественных научно-популярных массмедиа

Л. П. Громова

У истоков российского опыта научной популяризации

Российской науке с момента её зарождения был присущ синкретический характер – отношение к разным видам знания как единому знанию о мире и человеке. Междисциплинарность порождала новые открытия и перспективные направления. Российская наука никогда не была отделена от общественной жизни, а ученые, осознавая свою миссию, тяготели к различным видам публичности. В России даже методологические школы утверждали себя через публицистический дискурс. Поэтому содружество наук оказалось востребованным и в отечественной традиции научной популяризации. В современной России возрождается идея популяризации науки на основе накопленного исторического опыта, в котором бесценным и по-прежнему актуальным остаётся опыт Михаила Васильевича Ломоносова (1711–1765) как учёного и как популяризатора, ярко продемонстрировавшего мультидисциплинарный подход к познанию и распространению научного знания в обществе.

По масштабу деятельности в мировой науке вряд ли найдётся много примеров, которые могли бы сравниться с именем Ломоносова. Не случайно его называют русским Леонардо. Учёный-естествоиспытатель, первопроходец в формировании целых направлений молодой российской науки, энциклопедист, он преуспел в теории и практике естественных и гуманитарных наук. Значение Ломоносова для русской науки и культуры ярко охарактеризовал известный академик и популяризатор науки С. И. Вавилов: «Влияние его гения, его труда неизмеримо. Наш язык, наша грамматика, поэзия, литература выросли из Ломоносова. Наша Академия наук получила своё настоящее бытие и смысл только через Ломоносова. <...> Если внимательно оглянуться, то станет ясным, что краеугольные камни успехов нашей науки были заложены в прошлом ещё Ломоносовым»⁶¹. Ломоносов стал зачинателем в исследовании отечественной истории, физики, математики и астрономии, был избран членом Шведской и Болонской академий. Этот ряд заслуг в науках может быть дополнен химией, металлургией, географией, геологией, а также физической химией и

⁶¹ Вавилов С. И. Михаил Васильевич Ломоносов. М., 1961. С. 32.

экономической географией, основанных Ломоносовым. Он был создателем русской научной терминологии, без которой немислимо развитие наук. Он стоял у истоков университетского образования в России: был ректором Петербургского университета, созданного при Академии наук в 1724 году⁶², а также инициатором открытия в 1755 году Московского университета⁶³, организовывал обучение в гимназиях при университетах, был просветителем и популяризатором науки.

Источники научной биографии

Источников научной биографии Ломоносова немного: это документы Академии наук и написанные на их основе биографии⁶⁴, а также воспоминания самого Ломоносова, которые записал академик Петербургской академии наук Якоб Штелин, – «Черты и анекдоты для биографии Ломоносова, взятые с его собственных слов Штелиным». Заметим, что слово «анекдот» в XVIII веке означало рассказ, в том числе это рассказы о личной жизни, отношениях с людьми, бытовых подробностях. «Анекдоты» Штелина о Ломоносове в середине XIX века были опубликованы в журнале «Москвитянин»⁶⁵.

Важным источником являются также публикации в газете «Санкт-Петербургские ведомости», а после создания Московского университета, с 1756 года – в газете «Московские ведомости». Эти две газеты (поскольку других тогда в России не было) писали о Ломоносове при его жизни, по подсчётам исследователя О. Д. Минаевой, около трёх десятков раз⁶⁶. Однако большая часть этих публикаций – это объявления о продаже его книг, академической деятельности, и только семь из них содержат сведения собственно о жизни Ломоносова.

Интерес к личности учёного рос от века к веку. Особый интерес к нему вызывало празднование памятных дат (в 1865 и 1911 гг.). Представленный в книге Т. Ф. Пирожковой обзор критических и литературных трудов о Ломоносове за сто лет⁶⁷ показывает, насколько велик был интерес к Ломоносову после его смерти, когда по-настоящему началось осмысление масштаба его деятельности. В первой половине XIX века насчитывается около 110 публикаций о Ломоносове. Журналистов интересовала биография

⁶² Кулябко Е. С. М. В. Ломоносов и учебная деятельность Петербургской Академии наук. М.; Л., 1962.

⁶³ Минаева О. Д. «Отечества умножить славу...». Биография М. В. Ломоносова. М., 2011.

⁶⁴ См., например: Билярский П. Материалы для биографии. СПб., 1865; Меншуткин Б. И. М. В. Ломоносов. М., 1911.

⁶⁵ Москвитянин. 1849. №1. Кн. 1. Отд. III. С. 75.

⁶⁶ Минаева О. Д. «Отечества умножить славу...». Биография М. В. Ломоносова. М., 2011. С. 5.

⁶⁷ В храме памяти. Литературно-критические работы о М. В. Ломоносове 1765-1865 / Вступ. ст., коммент. и прим. Т. Ф. Пирожковой. М., 2011.

учёного, воспоминания о нём современников. Во второй половине XIX века интерес к учёному заметно углубился. Выходит около 400 публикаций⁶⁸. В них Ломоносов – поэт, заложивший основы современного русского языка, художник, историк, поборник отечественного просвещения и развития самостоятельной русской науки. В начале XX века научная общественность осознала достижения учёного в химии, физике, металлургии, геологии и других науках. В публикациях подчёркивалось, насколько он обогнал современную ему науку.

В XIX и в начале XX века о Ломоносове писали ведущие периодические издания: журналы «Вестник Европы», «Отечественные записки», «Москвитянин», «Библиотека для чтения», «Русская беседа», «Русская старина»; газеты «Санкт-Петербургские ведомости», «Московские ведомости», «Литературная газета», «Новое время», «Русские ведомости» и др. Постоянно обращались к оценке трудов и личности Ломоносова научные издания (например, «Записки Академии наук», «Труды Российской академии», «Известия Академии наук»). Сказать что-нибудь новое о Ломоносове сложно. Поэтому мы рассмотрим его биографию в аспекте популяризации науки, распространения научных знаний в российском обществе и продвижения российских открытий за рубежом.

Все достижения Ломоносова связаны с Академией наук, деятельность которой проходила в XVIII веке в четырёх основных направлениях: научно-исследовательском, технико-прикладном, культурно-просветительном и педагогическом. Её основные силы были устремлены на решение вопросов естествознания. Академия сохранила заложенные Петром I принципы подхода к наукам и просветительской деятельности, ибо Пётр вменял в обязанность Академии не только научно-исследовательскую работу, но и популяризацию науки – систематическое чтение академиками публичных лекций, издание учебников, научно-популярных книг и журналов. Он лично принимал участие в редактировании популярных изданий, статей и брошюр, считая просвещение делом каждого образованного человека; боролся за точность, ясность, доступность изложения материала. Уже первые научные исследования петербургских академиков, оформленные в виде статей в многотомном издании «Комментарии» и в других изданиях, напечатанные в форме речей в публичных собраниях Академии наук, вошли в международную систему научной информации. Академией наук было положено начало развитию научно-популярной журналистики в России,

⁶⁸ Минаева О. Д. «Отечества умножить славу...». Биография М. В. Ломоносова. М., 2011. С. 12.

которая в XVIII веке представляла собой целую серию изданий, разных по содержанию, периодичности, читательскому кругу:

– научные издания, ориентированные на специализированную аудиторию учёных: «*Commentarii Academiae Scientiarum Petropolitanae*» (1728–1751), «Краткое описание Комментариев Академии Наук» (1728–1751), «*Novi Commentarii Academiae Scientiarum Petropolitanae*» (1750–1776), «Новые комментарии Петербургской Академии Наук» (1750–1776);

– газеты как академические издания, но рассчитанные на более широкий круг читателей: «*St. Petersburgische Zeitung*» (1727–1774) и «Санкт-Петербургские ведомости» (1728–1875);

– научно-популярные журналы, стремящиеся к универсальной читательской аудитории: «Месячные исторические, генеалогические и географические примечания в Ведомостях» – приложение к «Санкт-Петербургским Ведомостям» (1728–1742), «Ежемесячные сочинения к пользе и увеселению служащие» (1755–1764).

Эти издания стали поступать в научные сообщества, в крупнейшие библиотеки зарубежных стран, в редакции ряда реферативных журналов, непосредственно учёным – иностранным членам Академии, её зарубежным книгопродавцам-комиссионерам. Более десятка журналов, издававшихся в западноевропейских городах, печатали в XVIII веке обстоятельные рефераты научных трудов петербургских академиков или рецензии на них. Распространение естественных знаний приобретало всё большую читательскую аудиторию и шло через книгу, календари и журналы.

Говоря о начальном этапе развития научной популяризации в России, нельзя не отметить громадный вклад в развитие науки и в дело распространения научных знаний Михаила Васильевича Ломоносова. Период академического книгопечатания в 1741–1765 гг. по праву называют ломоносовским периодом в истории Академии наук⁶⁹. Рассмотрим некоторые формы популяризации научных знаний, которые Ломоносов использовал в академической и просветительской деятельности.

Печатные и устные формы популяризации наук

В Петербургской Академии наук при жизни Ломоносова было выпущено в свет около 80 различных его научных трудов, научно-популярных работ и литературных произведений в виде отдельных книг и брошюр. Наряду с ними около 50 разных произведений учёного при его

⁶⁹ Тюличев Д. В. Книгоиздательская деятельность Петербургской Академии наук и М. В. Ломоносов. Л., 1988. С. 213.

жизни были напечатаны в периодических изданиях и в сборниках Академии наук. Существенная роль в развитии и популяризации науки принадлежала исследованиям Ломоносова, напечатанным в форме статей (их в то время чаще называли диссертациями) в основном научном издании Академии наук – «Комментариях» и его продолжении – «Новых комментариях». Речь идёт о семи статьях Ломоносова на латинском языке. В 1742–1744 гг. Ломоносов активно разрабатывает корпускулярную теорию строения вещества, закладывая тем самым основы современного атомно-молекулярного учения. Он создаёт труды «Опыт теории о нечувствительных частицах тел и вообще о причинах частных качеств», «О нечувствительных физических частицах, составляющих тела природы» и др. В декабре 1744 года Ломоносов знакомит академическое Собрание со своими диссертациями «О вольном движении воздуха, в рудниках примеченном», «О действии растворителей на растворяемые тела». Публичное чтение диссертаций Ломоносовым длилось несколько дней. В январе 1745 года он представляет диссертацию «Физические размышления о причинах теплоты и холода», в которой закладывает основы современной молекулярно-кинетической теории теплоты. В июне 1745 года была обнародована диссертация «О металлическом блеске». В 1746 году он первым начал читать публичные лекции по физике на русском языке. Об этом событии сообщали «Санкт-Петербургские ведомости» 24 июня 1746 года. Лекции учёного приходила слушать многочисленная публика, придворные кавалеры и светские дамы.

По инициативе Ломоносова в 1746 г. при Академии наук был открыт публичный лекторий, где на русском языке читались лекции по физике, сопровождающиеся демонстрацией опытов. Возрождая традиции античных авторов, он стремился дать популярное изложение научных и технических проблем в художественной поэтической форме. Речи М. В. Ломоносова, которые он произносил в публичном собрании Академии наук – «Слово о пользе химии», «Слово о явлениях воздушных, от электрической силы происходящих», «Слово о рождении металлов от трясения земли», – это новый этап в распространении научных знаний, в пропаганде отечественной науки. В своём знаменитом «Письме о пользе стекла» Ломоносов в поэтической форме рассказывает о создании и свойствах стекла, о его применении в бисере, очках, телескопах, барометрах, касается других научных вопросов, излагает учение Коперника, говорит об астрономии. Ломоносов много экспериментировал с производством стекла. О его успехах в мозаичном искусстве писали в марте 1764 года «Флорентийские учёные ведомости». Они рассказывали о возрождении Ломоносовым искусства мозаики, о его глубоком знании химии, благодаря которому ему удалось

достичь совершенства в воспроизведении цвета. Перевод статьи был помещён в петербургском журнале «Ежемесячные сочинения и известия об учёных делах», в ней упомянута диссертация Ломоносова о свете и цветах⁷⁰. В «Письме о пользе стекла» и в других поэтических произведениях («Утреннее размышление о божием величестве», «Вечернее размышление о божием величестве») Ломоносов поднялся до подлинного синтеза науки и искусства⁷¹. В 1749 году по просьбе Л. Эйлера Ломоносов пишет диссертацию «О рождении и природе селитры», где призывает учёных «соединить физические истины с химическими». Он закладывает основы современной физической химии. Разрабатывая проблемы этой науки, учёный впервые в мировой практике читает курс физической химии. Химия настолько была любима им, что он и ей посвящает поэтические сочинения.

Каждое открытие Ломоносова, осмысление им новых теорий, помимо устных выступлений перед научной аудиторией, становилось известным широкой публике через публикации в газете. Так, в 1756 году на заседании в Академии наук учёный выступает с докладом «Слово о происхождении света», где связывает световое излучение с движением материи. Он был сторонником Х. Гюйгенса, который развивал волновую теорию света и критиковал за многие несоответствия теорию И. Ньютона. Речь была издана, об этом сообщала газета «Санкт-Петербургские ведомости», предлагая читателям приобрести её в академической книжной лавке. Таким образом, ещё на заре становления российской науки Ломоносов заботился о распространении научной информации как в профессиональной среде, так и о продвижении этих знаний среди читающей аудитории.

Значительным делом жизни Ломоносова как учёного и просветителя была программа издательской деятельности в Академии наук и при Московском университете. Известно, что в разработке проекта Московского университета, открытого в 1755 году по инициативе Ломоносова, были предусмотрены типография (в ту пору единственная в Москве гражданская типография) и первая в Москве публичная библиотека, которые стали мощным каналом накопления и распространения научных знаний по всей России. В феврале 1757 года типография Московского университета начала печатать двухтомное собрание сочинений М. В. Ломоносова. Это издание содержало стихотворения, научные и публицистические статьи. Сообщения о продаже сочинений учёного были опубликованы в газете «Московские ведомости», которые начали выходить при Московском университете с

⁷⁰ Ежемесячные сочинения и известия об учёных делах. 1764. Февраль.

⁷¹ История российской научно-популярной прессы России в социально-культурном контексте / Под ред. Л. П. Громовой, Ю. Б. Балашовой. СПб., 2021. С. 74.

26 апреля 1756 года. Это была первая и единственная в XVIII веке газета в Москве. «Московские ведомости» создавались университетскими преподавателями и студентами, печатались в университетской типографии. В газете регулярно печатались сообщения о деятельности Академии наук в Санкт-Петербурге. Изданное в московской университетской типографии собрание сочинений Ломоносова продавалось и в академической книжной лавке Санкт-Петербурга. Об этом сообщали «Санкт-Петербургские ведомости» в сентябрьских номерах 1758 года.

Основной целью всей организаторской, научной, литературной и педагогической деятельности Ломоносова было распространение просвещения в России. В стране, где образованность была законодательно закреплённой привилегией дворянского сословия, Ломоносов стремился распространить просвещение во всех слоях общества. Главным средством развития просвещения он считал книгу. Особенно большое влияние на развитие академического книжного дела он оказал в последние 8 лет жизни, когда был одним из руководителей Академии наук и мог деятельно воздействовать на академическое книгопечатание.

Широкой популярностью у современников Ломоносова пользовались его книги по истории России. В 1759 году он составил «Краткий Российский летописец с родословием». Это была доступная широким слоям читателей краткая история России, потребность в которой давно ощущалась в стране. «Краткий Российский летописец» неоднократно был издан на иностранных языках – немецком, английском, французском. Известно, что он был подготовлен Ломоносовым попутно, в процессе его работы над исследованием ранней истории России, результатом чего явилась фундаментальная «Древняя Российская история», переведённая на немецкий, английский и французский языки. Издание «Древней Российской истории» сыграло в своё время весьма важную роль в разработке русской истории и в приобщении к ней самого широкого круга читателей.

Первым в России учебником по теории русской прозы и ораторскому искусству было изданное в 1848 году «Краткое руководство к красноречию», подготовленное М. В. Ломоносовым. Темпы распространения тиража первого издания ломоносовской «Риторики», до печатанья которой предрекалось, что на неё не будет читательского спроса, оказались для XVIII века совсем не типичными – тираж разошёлся очень быстро. Выдающимся событием в истории отечественной культуры явилось написание в 1754–1755 гг. Ломоносовым первой грамматики русского языка, в которой были заложены основы русского языкознания. В течение всей второй половины XVIII века и даже в начале XIX века «Российская

грамматика» Ломоносова служила незаменимым учебником, по которому русские люди осваивали грамоту. В 1757 году она была переведена на немецкий язык тиражом 1251 экземпляров⁷².

Говоря о заинтересованном отношении Ломоносова к изданию научно-популярной и учебной литературы, невозможно не отметить его заботу о подготовке и печатании учебников иностранных языков и словарей. Так, 17 ноября 1757 года он предложил Канцелярии Академии наук поручить инспектору Академической гимназии К. Ф. Модераху составить нужный гимназистам Лексикон первообразных немецких слов (немецко-русский словарь). Особого внимания заслуживает малоизученный вопрос об участии и инициативах Ломоносова в издании латинских грамматик. Будучи сам великолепным знатоком латинского языка и учитывая его первостепенную информационную роль в современной ему науке, учёный придавал особое значение основательному изучению этого языка учащимися Академической гимназии.

Участие в журналистике

Одним из активных каналов просвещения и популяризации наук была для Ломоносова журналистика. Он принимал участие в организации и выпуске изданий, инициировал их создание, выступал в них как автор. В 1741–1742 гг. Ломоносов сотрудничал в «Примечаниях» (полное название «Исторические, генеалогические и географические примечания») к газете «Санкт-Петербургские ведомости» – органе Академии наук. Ломоносов, ожидая назначения в Академию наук после учёбы в Германии, работал в газете автором и переводчиком «вне штата», получая по 10–15 рублей «на пропитание». Как переводчик он дебютировал в «Примечаниях» переведённой с немецкого языка статьёй академика Крафта «О сохранении здоровья». В общей сложности десять частей были заняты переводами Ломоносова в 1741 году и 8 частей – в 1742 году. В мае 1748 года Канцелярия Академии наук поручила Ломоносову, уже профессору, работать в газете «Санкт-Петербургские ведомости», где он фактически исполнял роль редактора⁷³. Несмотря на большую загруженность, он ответственно подходил к этой работе. Количество научных сообщений увеличилось, язык газеты улучшился, стал более простым, доступным. Однако излишняя регламентация и придирки Канцелярии Академии наук, которые подчас создавали конфликтные ситуации, заставили Ломоносова отказаться от этой

⁷² Тюличев Д. В. Книгоиздательская деятельность Петербургской Академии наук и М. В. Ломоносов. Л., 1988. С. 239.

⁷³ Западов А. В. М. В. Ломоносов и журналистика. М., 1961. С. 21.

работы, и в 1751 году он подал прошение об увольнении от редакторских обязанностей, мотивируя это большой занятостью. Однако на этом участие Ломоносова в русской журналистике не закончилось. По инициативе Ломоносова в 1755 году был создан журнал «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие», ставший первым в России научно-популярным журналом (просуществовал до 1764 г.).

В конце 50-х – начале 60-х годов Ломоносов вносил в Академическую канцелярию предложения об учреждении в Академии наук ряда новых периодических изданий, предназначая их широкому кругу читателей, но эти проекты остались неосуществлёнными. Так, 4 мая 1758 года Ломоносов подал в Канцелярию представление, в котором изложил свой проект еженедельного издания «Санкт-Петербургских учёных ведомостей о делах учёных людей» на русском языке, а параллельно – на немецком или французском. По его проекту, в этом еженедельнике в популярной форме должны были печататься рефераты и аннотации новых отечественных и зарубежных книг и рецензии на них, сообщения о новых трудах русских учёных до их опубликования, переводы заимствованных из «иностранных ведомостей» новостей о «делах учёных людей» в зарубежных университетах и других учреждениях⁷⁴.

Неосуществлённым остался и проект Ломоносова, представленный 15 июня 1759 года, о том, чтобы учредить при Академии наук печатание «Российских ведомостей», которые бы сообщали об экономике и торговле и способствовали бы развитию экономической жизни России. Проект был направлен на рассмотрение в Сенат, но дальнейшая судьба этого документа неизвестна⁷⁵.

К 1750-м годам академическая журналистика в России имела уже более чем 20-летний опыт, который нуждался в осмыслении, обобщении и оценке. В статье М. В. Ломоносова «Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении произведений, имеющих целью обеспечить свободу научного суждения» были затронуты вопросы о задачах журналистики и журналиста, о недостатках современной журналистики, об этическом облике журналиста. Статья касалась научной полемики, однако Ломоносов рассматривал проблему широко, философски, с точки зрения возможностей свободного развития научных суждений. Высказанные в статье мысли могут быть отнесены не только к научной, но и ко всей журналистике в целом, многие из них не утратили актуальности до наших дней.

⁷⁴ Полезное увеселение. 1760. Январь.

⁷⁵ Летопись жизни и творчества М. В. Ломоносова. М.; Л., 1961. С. 77.

Поводом к написанию статьи послужила конкретная ситуация, сложившаяся в научной европейской журналистике вокруг созданной М. В. Ломоносовым в 1744 г. теории теплоты: сначала, в 1752 г., лейпцигский журналист подверг его теорию весьма поверхностной критике, а двумя годами позже журнал «Гамбургский корреспондент» напечатал статью о диссертации некоего Арнольда, которая якобы тоже опровергала теорию Ломоносова, — ситуация достаточно типичная для научной журналистики тех лет: неточности, недопонимание, ошибочные или поверхностные суждения, а то и злонамеренное искажение смысла не были редкостью как в научных, так и в научно-популярных изданиях. Этот случай побудил Ломоносова написать статью об этических правилах журналиста, пишущего о науке. Так появилась статья «Рассуждения об обязанностях журналистов при изложении произведений, имеющих целью обеспечить свободу научного суждения», написанная М. В. Ломоносовым в 1754 г. на латинском языке и опубликованная в 1755 г. в Амстердаме на французском языке. Оригинал не сохранился; на русский язык статья была переведена более чем сто лет спустя, в 1865 г.

В статье М. В. Ломоносов рассуждает о назначении научной журналистики и об основных задачах журналистов, работающих в научных журналах. «Назначение журналистов, — пишет он, — состоит в том, чтобы представлять вполне точные и вполне верные рефераты (abreges) выходящих в свет произведений, присовокупляя в некоторых случаях добросовестное суждение то по существу вопроса, то по поводу отдельных моментов выполнения. Цель и польза подобных извлечений заключается в максимально быстром распространении в ученом мире сведений о новых книгах». Исходя из такого понимания целей и задач журналистики, Ломоносов называет основные недостатки современных ему журналистов: недостаточно бережное отношение к научным гипотезам, малое уважение к мнениям ученых, особенно к мнениям, вынесенным учеными коллегиально, поспешность и поверхностность критики.

В правилах, которые необходимо усвоить журналисту, он говорит: «Кто берётся сообщить публике содержание новых сочинений, должен наперёд взвесить свои силы, чтоб уметь схватить новое и существенное в сочинениях, принадлежащих иногда людям самым гениальным. <...> Журналист не должен торопиться порицать гипотезы. Они позволительны в предметах философских, и это даже единственный путь, которым величайшие люди успели открыть истины самые важные...». Ломоносов пишет, что журналист должен сначала ознакомиться с мыслями автора, разобрать все его доказательства, наконец, «он никогда не должен иметь

высокого мнения о своём превосходстве, о своём авторитете и достоинстве своих суждений...». В статье он формулирует знаменитые семь правил, которые не утратили своего значения и в наши дни (не кради чужих открытий, аргументируй свои гипотезы, относись с уважением, без предвзятости к чужому мнению и др.). В этих рассуждениях Ломоносова затронут целый комплекс важнейших этических и профессиональных проблем, актуальных и для сегодняшней журналистики. Неслучайно «Рассуждения об обязанностях журналистов» историки русской журналистики называют первым этическим кодексом журналистов⁷⁶. Рисуя образ идеального журналиста, Ломоносов, в сущности, нарисовал и образ идеального популяризатора, прекрасно владеющего предметом и выбирающего из всей информации только новую и существенную. Перед популяризацией науки Ломоносов ставил задачу «отводить от людей, не просвещенных никаким учением, всякие неосновательные сомнительства и страхи, кои бывают иногда причиной нарушения общему покою»⁷⁷.

Выводы

За 23 года работы в Академии Ломоносов сумел создать фундамент многих направлений отечественной науки и заложить основы её популяризации. Учёный-энциклопедист, Ломоносов занимался популяризацией науки во всех направлениях своей многогранной деятельности. Его открытия нашли отражение в научных статьях (диссертациях) и поэтических сочинениях, в фундаментальных исследованиях и в прикладных практических экспериментах, в публичных лекциях и в разработке основ университетского образования, в научных дискуссиях и в письмах.

В своей журналистской практике М. В. Ломоносов стремился по возможности упростить язык газетных и журнальных статей, сделать его ясным и доступным простому читателю. Будучи переводчиком «Примечаний» и редактором «Санкт-Петербургских ведомостей», Ломоносов боролся со сложностями языка академических изданий – трудными для понимания синтаксическими конструкциями, длиннотами, обильным употреблением терминов и иностранных слов.

Традиции Ломоносова в России были продолжены и умножены в XVIII веке его учениками и последователями: Н. Н. Поповским, Д. С. Аничковым, С. Е. Десницким, Я. П. Козельским и др. просветителями. Н. Н. Поповский первым стал читать лекции по философии не по латыни, а

⁷⁶ История русской журналистики XVIII-XIX веков / Под ред. Л. П. Громовой. СПб., 2013. С. 37.

⁷⁷ Ломоносов М. В. Избранные философские произведения. М., 1950. С. 353.

на русском языке, подчеркивая необходимость широкой доступности россиянам к научным знаниям. Таким образом, в XVIII веке были заложены основы представлений о методах распространения научных знаний, которые во многом предопределяли формирование системы печати, развитие науки, просвещения и состояние научной популяризации.

Пропаганда научных знаний в России осуществлялась в разных формах: в публичных лекциях, печатных изданиях Академии наук, Московского университета, Вольного экономического общества, других учебных заведений и общественных организаций. Становление научно-популярной журналистики шло параллельно существованию других видов литературы: научной, учебной, справочной. Уже в первой половине XVIII в. появляются специализированные научные и научно-популярные журналы, на страницах которых формируются жанры научно-популярных публикаций, определяются основные принципы отбора и изложения материала, вырабатывается научно-популярный стиль. Отличительной особенностью первых научно-популярных изданий являются энциклопедизм и широта охвата научных проблем своего времени – черты, характерные для многогранной деятельности М. В. Ломоносова.

ЛИТЕРАТУРА

- Биларский П.* Материалы для биографии. СПб., 1865.
В храме памяти. Литературно-критические работы о М. В. Ломоносове 1765-1865 / Вступ. ст., коммент. и прим. Т. Ф. Пирожковой. М., 2011.
Вавилов С. И. Михаил Васильевич Ломоносов. М., Изд-во АН СССР, 1961.
Громова Л. П., Маевская М. И. Научно-популярная журналистика в России XVIII–XIX вв.: вехи становления. СПб.: СПбГУ, 2012.
Ежемесячные сочинения и известия об учёных делах. 1764. Февраль.
Западов А. В. М. В. Ломоносов и журналистика. М.: МГУ, 1961.
История научно-популярной прессы России в социокультурном контексте / Под ред. Л. П. Громовой, Ю. Б. Балашовой. СПб.: СПбГУ, 2017.
История русской журналистики XVIII–XIX веков / Под ред. Л. П. Громовой. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013.
Кулябко Е. С. М. В. Ломоносов и учебная деятельность Петербургской Академии наук. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1962.
Летопись жизни и творчества М. В. Ломоносова. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1961.
Ломоносов М. В. Избранные философские произведения. М.: Госполитиздат, 1950.
Менишуткин Б. И. М. В. Ломоносов. М., 1911.
Минаева О. Д. «Отечества умножить славу...». Биография М. В. Ломоносова. М.: Изд-во МГУ, 2011.
Москвитянин. 1849. №1. Кн. 1. Отд. III.
Полезное увеселение. 1760. Январь.

Тюличев Д. В. Книгоиздательская деятельность Петербургской Академии наук и М. В. Ломоносов. Л.: Наука, 1988.

Становление представлений о научной полемике в российской журналистике

Национальное представление о научной полемике начало формироваться в эпоху Просвещения, когда, как писал В. К. Тредиаковский, появилось «много охоты» «мыслить умом» («Стихи похвальные России», 1728). Аксиологию XVIII столетия одним из первых представил А. Д. Кантемир в сатире «На хулящих учение. К уму своему» (1729). Основная идея этого произведения — осуждение страха науки, только по мнению непосвященных, порождающей «расколы и ереси», разрушающей «содружества людей», «наводящей» голод⁷⁸.

«Апостолом русского Просвещения» стал М. В. Ломоносов⁷⁹. Как известно, великий поборник науки занимался проблемами химии, физики, географии, геологии, металлургии, астрономии, филологии. Естественно, автор первой русской риторики глубоко задумывался о требованиях к речевой форме научной презентации естественно-научных идей. Специалисты уже писали о том, как много Ломоносов-филолог сделал для формирования профессионального представления о научном тексте, смысл которого «обычно складывается из прямого значения составляющих его слов»⁸⁰, ясен и прозрачен в силу «стилистической безукоризненности»⁸¹ научных сочинений. Именно Ломоносов заложил основы русской терминологической системы: научной и технической. В предисловии к своему переводу «Волфианской экспериментальной физики» он писал, что «принужден был искать слов для наименования некоторых физических инструментов, действий и натуральных вещей, которые хотя сперва покажутся несколько странными, однако надеюсь, что они со временем чрез употребленное знакомее будут»⁸². И научные термины, придуманные Ломоносовым, активно используются до сих пор в научном дискурсе: *опыт, предмет, движение, наблюдение, явление, вещество, горизонт, диаметр, равновесие, формула* и мн. др.

Но при этом очень часто забывается о том, что Ломоносов – ученый и поэт – стал одним из первых популяризаторов актуальных научных идей. И

⁷⁸ Кантемир А. Д. Сатира I. На хулящих учения // Русская литература XVIII века. Сост. д. филол. наук, проф. Г. П. Макогоненко. Л., 1970. С. 61.

⁷⁹ Засурский Я. Н. Апостол русского Просвещения и современная журналистика // М. В. Ломоносов и современные стилистика и риторика. М., 2008. С. 198-203.

⁸⁰ Бухаркин П. Е. Михаил Васильевич Ломоносов в истории русского слова. СПб., 2011. С. 53.

⁸¹ Там же. С. 57.

⁸² Цит. по: Граудина Л. К., Кочеткова Г. И. Русская риторика. М., 2001. С. 237.

успешно представлял достижения разных научных отраслей не только в профессиональной, но и в массовой аудитории в поэтической форме. В знаменитом «Кратком руководстве к красноречию» М. В. Ломоносов пишет о необходимом умении «о всякой данной материи красно говорить и тем преклонять других к своему об оной мнению»⁸³.

Это замечательное умение сам он демонстрировал в «Вечернем размышлении о Божием величестве при случае великого северного сияния» (1743), в «Письме о пользе стекла» (1752).

В хрестоматийной «Оде на день восшествия на Всероссийский престол ее Величества государыни императрицы Елизаветы Петровны 1747 года» Ломоносов, развивая идеи А. Д. Кантемира, приводит три необходимых в соответствии с требованиями классической риторики аргумента в пользу научного знания:

*Науки юношей питают,
Отраду старым подают,
В счастливой жизни украшают,
В несчастной случай берегут...
Науки пользуют везде,
Среди народов и в пустыне,
В градском шуму и наедине,
В покое сладки и труде*⁸⁴.

В 1761 году Ломоносов публикует сатиру «Случились вместе два астронома в пиру...», в которой на суд публики выносит научную полемику Коперника и Птолемея (Птолемея), посвященную «звезд теченью».

Как известно, польский и немецкий астроном и математик Н. Коперник (1473–1543) вошел в историю мировой науки как создатель революционной теории гелиоцентричного устройства Вселенной (1543). Ему принадлежит утверждение о шарообразной форме Земли, отрицание утверждения о ее неподвижности. Коперник доказал, что Земля и другие планеты вращаются вокруг своей оси и вокруг Солнца, а суточное движение Солнца — плод нашего воображения, имеющий вполне конкретное научное объяснение. Теория Н. Коперника создавалась в научной полемике с Птолемеем (90–160), уверенным в геоцентрическом устройстве мира древнегреческим ученым, разработчиком математической теории движения планет вокруг Земли («Птолемеевой системы мира»).

Ломоносов для популяризации (как он говорил, для «распространения») одной из сложнейших естественно-научных концепций,

⁸³ Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений в 11 т. Т. 6. М.-Л., 1952. С. 91.

⁸⁴ Ломоносов М. В. Ода на день восшествия на Всероссийский престол ее Величества государыни императрицы Елизаветы Петровны 1747 года // Русская литература XVIII века. Сост. д. филол. наук, проф. Г. П. Макогоненко. Л., 1970. С. 95.

актуализированной в России в эпоху Просвещения, выбирает «низкий» жанр сатиры, предполагающий демократичную речевую форму, доступную самому широкому кругу читателей.

Жанр исключал использование научных терминов, хотя бы в том минимальном объеме, к которому выше вынуждены были прибегнуть мы даже при максимально обобщенном изложении научных концепций полемизирующих исследователей.

Проблемно-тематическое содержание сатиры, включенность транслируемых смыслов в научный дискурс обусловили логическое, однонаправленное смыслопорождение, зафиксированное в развитии сюжета, в котором последовательно представлены две противоположных точки зрения и аргумент в пользу той, на которой базируется авторская картина мира.

Для наглядности научный спор персонализирован: Ломоносов прямо сталкивает ученых спорщиков (*случились вместе два астронома в пиру*), которые в реальности никогда не могли бы встретиться, ибо разделяли их многие столетия.

В сильной текстовой позиции начала заявлена точка зрения Коперника: *Земля, вертясь, круг Солнца ходит*. Второй смысловой узел – конфликтное убеждение Птолемея: *Солнце все с собой планеты водит*. Это следование требованию национальной риторики, которое было закреплено в успешной публичной речевой деятельности Ивана Грозного, который настаивал на том, что первая смысловая позиция любого спора – уточнение позиций спорщиков, их речевая презентация, не допускающая разных истолкований.

В сильной текстовой позиции конца – неотразимый аргумент, предложенный модератору полемики (*хозяину*) *поваром* — носителем бытового сознания. Именно повару принадлежит неотразимая в данном случае бытовая аналогия – прием, на высочайшей эффективности которого настаивала православная риторика.

Причем, третий смысловой узел представлен в форме триумза – суждения, с которым не поспоришь, ибо основано оно на безусловном эмпирическом опыте профессионала, доступном каждому из участников и адресатов полемики, обладающих здравым смыслом:

*Я правду докажу, на Солнце не бывав,
Кто видел простака из поваров такого,
Который бы вертел очаг кругом жаркова?*⁸⁵

⁸⁵ Ломоносов М. В. Случились вместе два астронома в пиру... // Русская литература XVIII века. Сост. д. филол. наук, проф. Г. П. Макогоненко. Л., 1970. С. 105.

Следует заметить, Ломоносов опять ориентируется на национальный риторический опыт, используя для усиления аргумента повара риторический вопрос. Это весьма характерное для Ломоносова усиление логического смысла «имплицированной поэтической фактурой»⁸⁶.

Вторым мощным усилителем аргумента становится саркастическая форма высказывания *повара*-аргументатора, которая усиливает его позицию, делая ее позицией логического превосходства.

По сути, Ломоносов предлагает поэтический вариант образцовой научной полемики, обладающий композиционной четкостью и смысловой ясностью. Речевая форма созданного им текста, используемые поэтические усилители транслируемых смыслов отменяют необходимость вывода, обобщения – сюжет завершается кульминационно.

Интересно, что историки литературы утверждают, что в научных дискуссиях с В. К. Третьяковским сам Ломоносов часто демонстрировал «гневливость» и «нетерпимость к возражениям». Хотя при оценке речевого поведения великого ученого стоит учитывать условия, в которых ему приходилось утверждать новые идеи и научные концепции и, как справедливо писал советский поэт С. Н. Марков (1906–1979), он «перед ликом будущего прав... Сварлив и желчен? Разве дело в этом?»⁸⁷. В текстах же, адресованных широкому читателю, налицо высочайшая риторическая культура, основанная на глубочайшем усвоении национальной риторической традиции.

Сохранение интереса к научной полемике в XIX веке было обусловлено причиной, обозначенной А. С. Пушкиным, не менее Ломоносова увлеченным идеей всеобщего просвещения в силу убежденности, что «одно просвещение в состоянии удержать новые безумства, новые общественные бедствия»⁸⁸. В течение XIX века представление о споре-научной полемике не раз уточнялось.

Наиболее значительные уточнения были спровоцированы появлением знаменитых «Правил высшего красноречия» (1792) невероятно популярного в первой половине столетия М. М. Сперанского (1772–1939). В этом сочинении одной из ключевых глав стала глава «Доказательства», в которой были зафиксированы представление о требованиях к аргументации («доказательствам»), которые Сперанский вслед за Ш. Ролленом (1661–1741), одним из самых известных европейских профессоров риторики,

⁸⁶ Бухаркин П. Е. Указ. соч. С. 118.

⁸⁷ Марков С. Н. Ломоносов. URL: <https://stihi.ru>. Дата обращения: 20.08.2022.

⁸⁸ Пушкин А. С. О народном воспитании // Собрание сочинений в 10-ти т. Т. 7. Критика и публицистика. Л., 1978. С. 34.

повторял: «Доказательства... в слове суть то же, что кости и жилы в теле»⁸⁹. Казалось бы, принципы речевой деятельности, зафиксированные в этой работе имеют отношение к монологической речи. Но в отмеченной главе четко прописаны идеи, актуальные при описании требований к эффективной дискуссии. Так, выдающийся теоретик и практик настаивал на особом значении, на необходимости дискурсивного использования доказательств логических, делающих «честь уму»⁹⁰.

Демонстрировал внимание к речевой форме презентации доказательств любого типа и общее требование сформулировал абсолютно однозначно: «Нет почти мысли столь тонкой, которой бы не можно было предложить образом понятным и простым»⁹¹.

Еще одна заслуга М. Сперанского в создании основ специализированной, дискурсивной эристики — внимание к логике предъявления доказательств: «Надобно, чтоб один довод не только не вредил другому, но и поддерживал его. Доводы все могут доказывать одну и ту же вещь и не иметь меж тем близкой между собой связи. Речь потеряет сим свое единство, и внимание слушателей развлечется. Дело организатора – найти точку их соединения и поставить так, чтобы казалось, что один непосредственно следует за другим»⁹².

Интересно, что в речевой практике девятнадцатого столетия, в публичной речевой коммуникации, требования, сформулированные М. М. Сперанским, были воплощены президентом Российской академии А. С. Шишковым (1754–1841) – автором лингвистической концепции, представленной в адресованной широкому кругу читателей, направленной против утверждения в русской лингвистике теории «нового слога» Н. М. Карамзина, предполагавшей развитие русского языка за счет лексических, фразеологических и стилистических заимствований из французского. Центральная идея «архаиста» А. С. Шишкова – идея происхождения русского языка от церковнославянского. В доказательство Шишков не просто предлагает многочисленные ссылки на авторитетных тогда Сумарокова, Ломоносова, но и создает словарь, содержащий библеизмы. Каждая словарная статья, созданная Шишковым, подтверждает его огромную лингвистическую эрудицию, глубокое знание национальной культуры и истории.

⁸⁹ Сперанский М. М. Правила высшего красноречия. М., 2011. С. 18.

⁹⁰ Сперанский М. М. Правила высшего красноречия. М., 2011. С. 22.

⁹¹ Там же.

⁹² Там же.

Более того, консерватор Шишков остается традиционалистом не только в системе доказательств, но и в речевой технике убеждения своих оппонентов. Следуя требованиям русской эристики, сформулированным и активно применяемым еще Иваном Грозным, в сильной позиции начала своего основного лингвистического сочинения использует вопросно-ответную конструкцию, позволяющую прояснить позиции участников научной полемики, чтобы исключить недопонимание: *Отколе пришла нам такая нелепая мысль, что должно коренной, древний, богатый язык свой бросить, и основать новый на правилах чуждого, несвойственного нам и бедного языка французского? Поищем источников сего крайнего ослепления и грубого заблуждения нашего...*⁹³. Причем, в установочное описание позиции своего оппонента Шишков вводит антитезу, состоящую из двух градаций, позволяющую не просто подчеркнуть, но и мотивировать предлагаемую оценку *нелепых* идей противника, воздействующая установка которого оценивается с использованием семантически однозначных лексических усилителей – *крайнее ослепление* и *грубое заблуждение наше*.

А далее, примерно с середины XIX века начинается эпоха блистательных полемистов-литературных критиков, включавших в зону публичных дискуссий многие теоретико-литературные проблемы, над решением которых бились многочисленные специалисты-литературоведы. К концу столетия на первый план выйдет популяризация естественных наук. Суть, неизбежность, а главное, формат начавшегося на рубеже столетий активного наращивания популяризаторских усилий знаменитых русских ученых, наверное, точнее всех выразил выдающийся физиолог А. А. Ухтомский (1875–1942) в заметке «О знаниях» (1938): «Не найдись, как объяснить другому, — это знак того, что сам понимаешь плохо <...> Подлинное знание живо и практично, оно несет в своем существе тенденцию к передаче и распространению»⁹⁴.

Выводы

История русской риторики дает неоспоримые доказательства того, что с эпохи Ломоносова популяризаторы русской науки, естественной и гуманитарной, неуклонно следовали этой убежденности. Они ориентировались не только на профессиональную, но на массовую аудиторию. Эта ориентация могла определять разные жанровые характеристики соответствующих текстов, диапазон которых – от сатиры до почти одического «письма» (послания) («Письмо о пользе стекла», 1752).

⁹³ Сперанский М. М. Правила высшего красноречия. М., 2011. С. 5.

⁹⁴ Цит. по: Граудина Л. К., Кочеткова Г. И. Указ. соч. С. 388.

Ученые и литераторы настойчиво работали над речевой формой презентации доказательств, логикой их предъявления. Но фундаментом представлений об эффективной публичной речевой деятельности в этой сфере всегда оставался национальный риторический опыт, коммуникативные принципы русской культуры.

ЛИТЕРАТУРА

Бухаркин П. Е. Михаил Васильевич Ломоносов в истории русского слова. СПб: Нестор-История, 2011.

Граудина Л. К., Кочеткова Г. И. Русская риторика. М.: Центрполиграф, 2001.

Засурский Я. Н. Апостол русского Просвещения и современная журналистика // М. В. Ломоносов и современные стилистика и риторика. М.: Флинта-Наука, 2008. С. 198–203.

Кантемир А. Д. Сатира I. На хулящих учения // Русская литература XVIII века. Сост. д. филол. наук, проф. Г. П. Макогоненко. Л.: Просвещение, 1970. С. 61–63.

Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений в 11 т. М.-Л.: Изд-во Академии наук СССР, 1950–1952.

Ломоносов М. В. Ода на день восшествия на Всероссийский престол ее Величества государыни императрицы Елизаветы Петровны 1747 года // Русская литература XVIII века. Сост. д. филол. наук, проф. Г. П. Макогоненко. Л.: Просвещение, 1970. С. 93–95.

Марков С. Н. Ломоносов. URL: <https://stihi.ru/> (дата обращения 20.08.2022).

Пушкин А. С. О народном воспитании // Собрание сочинений в 10-ти т. Т. 7. Критика и публицистика. Л.: Наука, 1978. С. 34–35.

Сперанский М. М. Правила высшего красноречия. М.: URSS, 2011.

Шшиков А. С. Рассуждение о старом и новом слоге российского языка. М.: ЛИБРОКОМ, 2011.

Возражение в научно-популярной журналистике первой половины XVIII века⁹⁵

Обращаясь к изучению стилистических характеристик текстов научно-популярной журналистики первой половины XVIII века, истоки и становление которой подробно описаны Л. П. Громовой⁹⁶, исследователь имеет дело с содержательно и грамматически весьма неоднородным материалом. Причины этой неоднородности находятся в теснейшей связи с обусловленными Петровской эпохой изменениями в общественном сознании и в литературном языке. Заманчивым, но в то же время ошибочным решением было бы определение этого периода как времени государственной борьбы с косностью и невежеством – достаточно обратиться к трудам Д. С. Лихачёва, чтобы понять, что это схематичный и упрощённый взгляд на общекультурную и интеллектуальную ситуацию до- и предпетровской России. Речь скорее идёт об организации иного типа мышления и иных принципов распространения культуры, о чём потомки не должны забывать, ретроспективно оценивая наследие предков. Согласно Г. В. Жиркову, в первой половине XVIII века более уместно говорить о трансформации не столько знания (от донаучного к научному), сколько мировосприятия (от религиозного к научному)⁹⁷. О присутствии в русской картине мира уже в это время проявлений если не собственно просветительских идей, то, по крайней мере, их истоков см. у П. Н. Беркова, И. З. Сермана, С. И. Николаева, А. М. Панченко и др.⁹⁸

Первым и единственным научно-популярным российским изданием первой половины XVIII века были «Примечания к Ведомостям» – академический журнал, целью которого практически с момента основания стало сообщение читателям разнообразной полезной информации в занимательном изложении. Появившись как приложение к «Ведомостям», поясняющее материалы газеты, «Примечания» достаточно быстро обрели

⁹⁵ Исследование подготовлено при поддержке гранта РНФ 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакommunikации».

⁹⁶ Громова Л. П. Становление научно-популярной журналистики XVIII–XX веков // История научно-популярной прессы России в социокультурном контексте. СПб., 2017. С. 63–71.

⁹⁷ Жирков Г. В. Научно-популярная публицистика: от церковной – к научной мысли // История научно-популярной прессы России в социокультурном контексте. СПб., 2017. С. 10–36.

⁹⁸ Берков П. Н. Основные вопросы изучения русского просветительства // Проблемы русского Просвещения в литературе XVIII века. М.; Л., 1961. С. 11–14; Серман И. З. Просветительство и русская литература первой половины XVIII века // Проблемы русского Просвещения в литературе XVIII века. М.; Л., 1961. С. 32–35. Николаев С. И. Литературная культура Петровской эпохи. СПб., 1996. С. 11–30; Панченко А. М. Русская история и культура. СПб., 1999. С. 70–194.

редакционную самодостаточность, чутко откликаясь как на актуальные инфоповоды, так и на общую ситуацию в стране и в мире.

Будучи, как и «Ведомости», государственным изданием, «Примечания» находились в тесной связи с высшим светом и интеллектуальной элитой своего времени, именно поэтому издатель уже на третий год существования журнала смог заявить о пренебрежении мнением критиков, причём тональность этого возражения вполне соотносится с тональностью современных подобных реплик⁹⁹: *...нерадостно я протчим из наших читателей, которое с вашим благосклонным разсуждением несогласуются, то объявить принужден, что нам в получении от оных подтверждения того ради не зело великая нужда имеется* (Прим. Вед. 1730. С. 1)¹⁰⁰.

Среди обилия материалов по истории, генеалогии, химии, физике, метеорологии, математике, медицине, описанию стран и т. п. наше внимание привлекает серия материалов, в которых интенция возражения является причиной появления самих этих материалов и составляет основу текстопостроения: это статьи о мумиях (1729), об алхимии (1731), о василисках (1732), о мамонтовых костях (1732) и о вампирах (1739), связанные с отмеченным выше изменением мировоззренческих установок аудитории, с переводом сознания читателей от суеверного мифологического или эзотерического мышления к рациональному¹⁰¹.

Обращение к текстам, перешедшим в сферу когнитивного¹⁰², позволяет выявить генетическую жанрово-стилистическую преемственность между текстами предшествующих эпох и современными медиатекстами, рассмотреть «единство кодов, или их инвариантность, или непрерывность и закономерный характер их трансформации»¹⁰³. Нетрудно заметить при этом ярко проявившуюся ещё триста лет назад диалогичность метатекста журналистского произведения, в которой проявляется стремление автора «упаковать» содержание так, чтобы сделать текст интересным, доступным, добиться единомыслия с аудиторией, преодолеть возможную коммуникативную пассивность последней», причём с точки зрения

⁹⁹ Мальшев А. А. Из истории фатической речи: приветственное слово издателя в научно-популярной журналистике первой половины XVIII в. // Вестник Кемеровского гос. ун-та. 2021. Т. 23. № 2 (86). С. 506–507.

¹⁰⁰ Здесь и далее цитаты приводятся в упрощённой орфографии с сохранением правописания оригинала.

¹⁰¹ Частично к ним примыкает и основанная на математических подсчётах жизненных циклов статья 1733 года о степенных годах, о ней см.: Мальшев А. А. Из истории борьбы с суевериями в России XVIII века: статья «О так называемых степенных годах» (1733 г.) // Логический анализ языка. Числовой код в разных языках и культурах. М., 2014. С. 213–221.

¹⁰² Коньков В. И. Публицистичность, медийность, публицистический стиль // Актуальные проблемы стилистики. 2020. № 6. С. 52–53.

¹⁰³ Лотман Ю. М. Память в культурологическом освещении // Лотман Ю. М. Избранные статьи. Т. 1. Таллинн, 1992. С. 200.

соотношения смысловых позиций адресата и адресанта уместно говорить как о логико-рациональном, так и о субъективно-модальном взаимодействии¹⁰⁴.

Взаимодействие это в интересующих нас случаях происходило в коммуникативной ситуации несогласия¹⁰⁵, когда автор текста стремился опровергнуть определённые мировоззренческие установки читателя, создать, пользуясь монополией на печатное слово, успешную контраргументацию¹⁰⁶. Возражение в таком случае сущностно остаётся реактивным речевым актом, хотя обычная при этом тесная связь с инициативной репликой отсутствует по причине отсутствия самой этой реплики, место которой в аспекте пропозициональности и истинности-ложности¹⁰⁷ занимает соответствующий фрагмент общественного сознания, которому и возражает автор текста. Следовательно, в данной ситуации коммуникативный ход возражения¹⁰⁸ – это не столько речевой, сколько текстовый приём негативной реакции, на общем уровне и в конкретной реализации определённых коммуникативных речевых техник представляющий собой смысловую позицию говорящего как противоположную и предназначенную для корректирования или полного изменения позиции вовлекаемого в коммуникацию собеседника.

Рассмотрим стилистические приёмы и речевые средства выражения возражения, которые регулярно использовались в интересующих нас статьях «Примечаниях», отметив, вслед за И. Ф. Рагозиной, что «в текстах, имеющих полемическую направленность, содержательный вид отрицательной информации во многом зависит от способа умозаключения и опровержения»¹⁰⁹.

1. Композиционное единство публикаций.

Данный принцип построения текста был обозначен в 1732 году в статье «О василисках»: *Мы в первых о онаго [василиска – А. М.] виде и имени объявим, по том его свойства и начало покажем, а на последок изследуем сколько все сие с истинными основаниями естественнаго учения сходно* (Прим. Вед. 1732. С. 61). Действительно, сначала в статье объяснялись этимология и значение слова «василиск», затем описывались внешний вид, происхождение и повадки чудовища, после чего автор текста переходил к

¹⁰⁴ Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2019. С. 19–20, 37.

¹⁰⁵ Поройкова Н. И. Функционирование средств выражения согласия – несогласия в диалоге // Функциональный анализ грамматических категорий и единиц. Л., 1976. С. 102–115.

¹⁰⁶ Пучкова Е. В. Аргументативно-лингвистический анализ дискурса опровержения: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2006. С. 5.

¹⁰⁷ Кунаева Н. В. Дискурсивный анализ высказываний в ситуации возражения (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2009. С. 5–8.

¹⁰⁸ Саенко О. А. Коммуникативный ход возражения в современном французском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2006. С. 7–8.

¹⁰⁹ Рагозина И. Ф. Отрицание и опровержение // Логический анализ языка. Ассерция и негация. М., 2009. С. 85–86.

последовательному опровержению достоверности приписываемых василиску действий и самой возможности его существования. Подобным образом были написаны как более ранние, так и более поздние статьи о мумиях, вампирах, кометах, опасных для жизни степенных годах и др. (впрочем, такая структура присуща материалам не только разоблачительного характера)¹¹⁰.

2. Повторяемость ключевых лексем, определений и словосочетаний.

Содержащие возражение материалы культурно-просветительского характера обнаруживают неоднократное употребление в разных частях статей понятий (как отдельных номинаций и эпитетов, так и словосочетаний, в том числе комплексных и метафорических), составляющих логико-экспрессивное ядро текстов. Повтор призван не отпустить читателя от основной мысли каждой статьи, формируя у него вполне конкретную точку зрения: то, что постоянно критикуется и негативно определяется, должно быть забыто или переведено на более низкий уровень в системе воззрений, тогда как то, что постоянно одобряется, должно занять место единственно достоверного взгляда на мир.

Отрицательно окрашенные лексемы и словосочетания, составляющие экспрессивную половину ядерной части текстов, формируют устойчивый набор понятий (или, по Н. Д. Арутюновой, «лексикон не-истины»¹¹¹): *мнимыя вещи, дьявольские искушения, одно мечтание, ложные мечтания, ложное мнение, грубое неведение, совершенное неведение, великая темнота неведения, голый обман, обманчики, ложныя обстоятельства, слабое основание, розказы незнающих и страшливых деревенских мужиков, суеверие* (многократно), *неосновательное суеверие, слепое суеверие, шарлатанство* и др.

Положительно окрашенная вторая, связанная с рациональным взглядом на мир, половина смыслового текстового ядра менее разнообразна, её основу составляют гнёзда слов «естество» и «натура», являвшихся синонимами слова «природа» и отражавших распространение идей натуральной философии Исаака Ньютона: *естество, закон естественный, истинные основания естественного учения, обыкновенные естественные причины, порядочные законы природы, натуральный образ, разумное/совершеннейшее познание о действиях природы, основания рассудительного натурального учения, натуральные причины, натуральные резоны* и др.

¹¹⁰ Малышев А. А. Лингвостилистические особенности культурно-просветительских журналистских текстов первой половины XVIII века // Медиалингвистика. 2015. № 3(9). С. 101–112.

¹¹¹ Арутюнова Н. Д. Коммуникативная реакция на истинностное значение высказывания «другого» // Логический анализ языка. Ассерция и негация. М., 2009. С. 7.

Противопоставленность негативной экспрессивности и позитивной рациональности встречается и в отдельных фрагментах текста, причём зачастую сопровождается императивностью (сочетание *надлежит* + инфинитив): *Надлежит* здесь все то *отвергнуть*, что нам *обманицики* за *естественныя* *действия* объявляют (Прим. Вед. 1732. С. 404); *Благосклонный* читатель от сего довольно усмотрит, какая есть разность между *разумным* *познанием* о *действиях* *натуры*, и между *суеверием* *подтвержденным* *ложными* *мечтаниями* (Прим. Вед. 1739. С. 105); *Суеверие* многия обстоятельства прикладывает, дабы принятое ложное мнение всегда содержано было <...> которых действие *надлежит* больше *приписать* *суеверию*, *ложному* *мечтанию* и *диавольским* *искушениям*, нежели *порядочным* *законам* *натуры* <...> К изъяснению таких случаев *надлежит* сколько можно искать *натуральных* *причин*, а не все тотчас *приписывать* *тайным* и *духовным* *силам* (Прим. Вед. 1739. С. 124–125) и др.

3. Прямое отрицание посредством предикативных наречий и придаточных предложений с союзом *чтобы*: *Сие по закону* *естественному* *не* *возможно*, *чтоб* *петух* *прямыя* *яица* *клат* <...> *Сие* *невероятно*, и *самои* *истинне* *противно*, *чтоб* *естество* *ради* *василиска* *превратилось* (Прим. Вед. 1732. С. 65); *К* *тому* *ж* *можно* *сказать*, *что* *тому* *натуральным* *образом* *статься* *весьма* *нельзя*, *чтоб* *тело* *было* *нетленно* (Прим. Вед. 1739. С. 109).

4. Апеллирование к общей рассудительности и принципам логического осмысления предмета обсуждения посредством вопросов и афористичных высказываний, в том числе с привлечением иронии.

Например, в статье «О василисках» неоднократно упоминается о смертоносном взгляде как о главном оружии василиска, однако затем внимание читателя обращается на логическую нестыковку между заявлением об убийственности взгляда и показаниями очевидцев: *Те, которые* *думают* *будто* *василиски* *когда* *нибудь* *да* *были*, *хотят* *оное* *тем* *доказать*, *что* *их* *другие* *видали* <...> *Его* *взгляд* и *яд* *его* *глаз* *так* *силен* и *скор*, *что* *пистолетнаго* *выстрела* *гораздо* *скоряе*, и *всяк* *ктоб* *тем* *поражен* *ни* *был*, *тогож* *часа* *умереть* *принужден* *будет* <...> *Василиск* *так* *ядовитые* *глаза* *имеет*, *что* *он* *одним* *только* *своим* *взглядом* *умертвить* *может*, и *так* *никто* *к* *нему* *близко* *подступить* *не* *смеет* <...> *По* *чемуж* *то* *знать* *что* *они* *взглядом* *убивают*? *Которых* *василиски* *видали*, *те* *от* *тово* *либо* *умерли*, *либо* *нет*. *Буде* *они* *умерли*, *то* *как* *они* *могут* *свидетельствовать* *что* *то* *от* *взгляду* *зделалось*; *буде* *же* *они* *от* *тово* *не* *умерли*, *то* *василисковы* *глаза* *не* *так* *вредительны*, *как* *о* *них* *думают* (Прим. Вед. 1732. С. 61–63, 69–70).

Завершающим аккордом становится отчасти ироничное последнее предложение статьи *И так василисков на свету довольно* (С. 72), метафоризирующее мифическое существо: василиском становится суеверное незнание, убивающее разум и не позволяющее человеку полноценно смотреть на мир¹¹².

Адресованные читателю вопросительные предложения создают эффект вовлечения в диалогическое рассуждение и тем самым не только подводят аудиторию к совместному возражению опровергаемой точке зрения на конкретный вопрос, но и создают стимул для развития познающего мышления. Так, в статье о вампирах встречаются два вопроса: *Того ради... спрашиваю я, или то здравому рассуждению противно, чтоб думать?* (Прим. Вед. 1739. С. 122); *Для чегож нам оным суеверным людем больше верить нежели себе самим?* (Прим. Вед. 1739. С. 130). Номинально оба вопроса связаны с предметом статьи (существуют вампиры или нет), однако их вполне можно экстраполировать на процесс познания мира в целом. Комплиментарность, выраженная в первом вопросе позитивным словосочетанием *здоровое рассуждение*, а во втором – солидаризацией мнения автора статьи и читателя (обобщающее местоимение *нам*, определительно-возвратное местоименное сочетание *себе самим*), привлекает внимание читателя, который в каждом случае даст отрицательный ответ, перейдя на новую ступень интеллектуальной свободы¹¹³.

В этой же статье встречается и афористичная мысль, выраженная контрастивами «истина – неведение» и «здоровое рассуждение – суеверие» и синтаксическим параллелизмом составляющих её предложений, связанных сопоставительным союзом *нежели*: *всегда лучше, быть уверену о какой нибудь истинне, нежели оставаться в совершенном неведении; лучше, последовать здравому рассуждению, нежели отдаваться в суеверие* (Прим. Вед. 1739. С. 117).

Присутствует в статье о вампирах и сопоставительное доказательство *ad absurdum*: *Мы видим что винной мех, когда из него воздух силою выдавливают, также кряхтит, как легкое и гортань у Вампира; а однакож винной мех не Вампир* (Прим. Вед. 1739. С. 125) – логическая несопоставимость меха для вина и дыхательной системы (!) мёртвого тела

¹¹² Ср. в статье «О мамонтовых костях»: *нет ни одного царства природы, которому бы такие люди какова ни будь в их голове родившагося существа приписать не хотели* (Прим. Вед. 1732. С. 404).

¹¹³ Ср. с шутовой тональностью в приветственном слове редактора: *Мы подлинно в том уверены, что читающие оныя [материалы «Примечаний» – А. М.] покоинее спать могут, нежели прежде, когда им от ложных мнении произшедшии страх того не позволяя... все добрыя знания к тому способствуют, что люди в больших разум и совершеннейшее удовольствие приходят* (Прим. Вед. 1734. С. 4).

способна, тем не менее, вызвать у читателя улыбку, что с коммуникативной точки зрения также является эффективным приёмом расположения аудитории к себе за счёт низведения мистического до бытового.

5. Дискредитация отдельных теорий.

Возражение, будучи связанным с опровержением, при смысловом развёртывании сближается и с дискредитирующими мнение оппонента декларативными высказываниями, призванными показать не отдельные недостатки, но существенную несостоятельность его позиции.

Так, статья «Об алхимии» содержит следующие насыщенные отрицанием безапелляционные реплики, направленные на целое учение: *Алхимисты... всякими мерами трудятся ясное неясным, а не ясное еще неяснейшим учинить* (С. 135; ироничная градация); *Они свои вещи таким образом предлагать хотят, чтоб оные никакой разумной человек неразумел* (С. 141); *Кажется, что знатнейшее сих людей искусство в том состоит, что, как Бог из ничего все, они из всего ничто делают* (С. 145); *Мать такой Алхимии есть праздность, слова во оной суть бесполезные враки, желание есть дым, проба ложь, путь препятствие, труд надувание, конец отчаяние, наказание нищета* (С. 148). Языковая игра, основанная на корневом повторе и звукописи (*ясное неясным, не ясное неяснейшим, никакой разумной... неразумел*), логическое противопоставление (*Бог из ничего все, они из всего ничто*) и традиционная риторическая цепочка составляющих предикативную основу частей сложного предложения определений (последняя цитата) на семантико-синтаксическом уровне демонстрируют бессмысленность алхимических практик.

Отдельного рассмотрения заслуживают статьи о рациональных основаниях восприятия пробуждающих суеверный страх природных явлениях¹¹⁴. Как и в случае с «земными» суевериями, источники суеверий небесного происхождения нередко получают понятийное истолкование. В качестве примера приведем определения слова «комета» из статей о кометах разных лет: *При сем случае намерены мы... благочестивого читателя, которому бы таковые необычные видения соблазнию быть могли, из сомнения вывести. Комета есть чрезвычайная звезда на небеси, которая свое собственное движение имеет <...> и токмо в некоторые времена видима бывает. Она является почитай всегда или с кратким или с долгим светлым хвостом* (Прим. Вед. 1728. С. 15); *Кометы не что иное суть, как звезды, которые хотя всегда на небе, однако ж не всегда видимы бывают; а*

¹¹⁴ Мальшев А. А. Рациональный подход как основа познания мира в статьях «Примечаний к Санкт-Петербургским ведомостям» // Все истины мира: Разум в литературе и искусстве. СПб., 2016. С. 133–141.

когда они являются, то так же, как и другие звезды, восходят и заходят, но при том, наподобие планет, свое место на небе знатно переменяют, и обыкновенно долгий светлый хвост, такожде часто токмо круглую бороду вокруг около себя имеют (Прим. Вед. 1733. С. 343) – в каждом случае подчёркивается, что комета отличается от неподвижных звёзд только перемещением по небосводу, а потому не представляет никакой опасности.

Более того, даже если *временем внезапно учинилось, что какое несчастливое посещение на земли в то же время приключилось, как комета на небеси видима была* (Прим. Вед. 1728. С. 15), то читателю стоит вспомнить о том, что намного большее количество бедствий – дело рук человеческих, а вовсе не случайного совпадения события с появлением кометы. Подобный принцип основанного на возражении противопоставления встречается неоднократно. Так, комет многие боятся лишь потому, что они редко появляются, однако *Луны в полном сиянии восходящей ныне никто не ужасается <...> Никто солнечного света не пугается* (Прим. Вед. 1733. С. 347) – отрицательное местоимение *никто* в сочетании с конструкцией «не с глаголом» составляет предикативную основу, пропозициональную доминанту высказываний, справедливых для каждого, кто считает или в духе времени хочет считать себя «разумным читателем». Аналогична и ситуация со свечением (коронаой) Луны и Солнца: *И так изъяснение поля некоторым образом истолковано и показано, что оно свои обыкновенные естественные причины имеет и следовательно так же мало новых и чудесных вещей значить может, как радуга* (Прим. Вед. 1734. С. 19).

Приведенное в первой цитате упоминание «благочестивого читателя» не случайно: помимо общих правил этикетного поведения авторы «Примечаний» не могли открыто обнаруживать конфронтацию с церковью, вследствие чего некоторые фрагменты содержат отсылку не только к разуму и законам природы, но и повторяющиеся пространные рассуждения о божественном промысле, с которым эти законы соотносятся: *Из сего описания, которое в примечаниях знатнейших астрономов подтверждается, выразуметь можно, что кометы натуральные от Бога сотворенные твари суть, которым по учреждениям их движения в некоторые времена конечно являться надлежит, и тако оные никоим образом за признаки несчастья какого почтены быть не могут <...> Такожде не могут оные за признаки допущенного от Бога несчастья почтены быть, понеже сие противно мудрости Божией было бы <...> Прочие небесные знаки суть такого ж состояния, понеже все от натуральных резонов происходят* (Прим. Вед. 1728. С. 15–16); *Бог и естество ничего без причины не производят* (Прим. Вед. 1735. С. 138); *Хотя*

наши читатели от нас **пророчества** какого по сей комете ожидать и будут, что худо ли она или добро **прознаменует**, только мы в том извиняемся, что ничего такого сказать не можем. По нашей совести мы верим, что комета ничего по себе не значит, также как и планета Венус (Прим. Вед. 1742. С. 160) и т. д. – в этих случаях перед нами вновь отрицание посредством частицы *не* (*не могут, не производят, не можем, не значит*), местоимения (*ничего*) и устойчивого словосочетания (*никоим образом*) в сочетании с придаточными следствия (... *и тако...*) и причины (... *понеже...*).

Удвоение отрицания призвано усилить возражение и утвердить модальность долженствования: комет не стоит бояться, поскольку *оны никоим образом за признаки несчастья какого почтены быть не могут; Бог и естество ничего без причины не производят* (удвоение с обоснованием *без причины*); комета *ничего по себе не значит*.

Однако нельзя не отметить, что однозначное подчинение естества божественной силе всё же не наблюдается: если в начале первой цитаты «натуральные» кометы сотворены Богом, то в её конце ситуация обратна: небесные знаки происходят от законов природы («натуральных резонансов»); во второй цитате «Бог и естество» представлены, насколько мы можем судить, как равнозначные начала (хотя порядок слов всё же ставит Бога на первое место); в третьей цитате содержится имплицитная критика пророчеств о движении небесных тел.

Выводы

Таким образом, журналист уже на начальном этапе российской научно-популярной журналистики уверенно становился организатором социального взаимодействия¹¹⁵, который видел свою задачу не только в наставительно-дружеском просвещении как таковом, в заботливом снабжении читателя логически упорядоченной и занятно поданной информацией, но и проводил вполне определённую программу аксиологического воспитания аудитории и насаждения по лекалам Петра Великого в читающей части российского общества рационалистического восприятия мира. Общестилитические принципы создания просветительских текстов, заимствованные из европейской традиции, заложили при этом основу для дальнейшего развития популяризации отечественными журналистами научного знания, обнаружить которую не составляет труда в современных научно-популярных медиатекстах (особенно в видеоматериалах).

¹¹⁵ Сидоров В. А. Журналист как организатор социального взаимодействия // Основы журналистики / Под ред. С. Г. Корконосенко. М., 2019. С. 249–282.

ЛИТЕРАТУРА

- Арутюнова Н. Д.* Коммуникативная реакция на истинностное значение высказывания «другого» // Логический анализ языка. Ассерция и негация. М.: Индрик, 2009. С. 5–10.
- Берков П. Н.* Основные вопросы изучения русского просветительства // Проблемы русского Просвещения в литературе XVIII века. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1961.
- Громова Л. П.* Становление научно-популярной журналистики XVIII–XX веков // История научно-популярной прессы России в социокультурном контексте. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2017. С. 63–96.
- Дусаева Л. Р.* Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: Флинта, 2019.
- Жирков Г. В.* Научно-популярная публицистика: от церковной – к научной мысли // История научно-популярной прессы России в социокультурном контексте. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2017. С. 10–36.
- Коньков В. И.* Публицистичность, медийность, публицистический стиль // Актуальные проблемы стилистики. 2020. № 6. С. 50–57.
- Кунаева Н. В.* Дискурсивный анализ высказываний в ситуации возражения (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2009.
- Лотман Ю. М.* Память в культурологическом освещении // Лотман Ю. М. Избранные статьи. Т. 1. Таллинн: Александра, 1992. С. 200–202.
- Мальшиев А. А.* Из истории борьбы с суевериями в России XVIII века: статья «О так называемых степенных годах» (1733 г.) // Логический анализ языка. Числовой код в разных языках и культурах. М.: Издательская группа URSS, 2014. С. 213–221.
- Мальшиев А. А.* Рациональный подход как основа познания мира в статьях «Примечаний к Санкт-Петербургским ведомостям» // Все истины мира: Разум в литературе и искусстве. СПб., Тверь: Изд-во Марины Батасовой, 2016. С. 133–141.
- Мальшиев А. А.* Лингвистические особенности культурно-просветительских журналистских текстов первой половины XVIII века // Медиалингвистика. 2015. № 3(9). С. 101–112.
- Мальшиев А. А.* Из истории фатической речи: приветственное слово издателя в научно-популярной журналистике первой половины XVIII в // Вестник Кемеровского гос. ун-та. 2021. Т. 23. № 2(86). С. 503–511.
- Николаев С. И.* Литературная культура Петровской эпохи. СПб.: Дмитрий Буланин, 1996.
- Панченко А. М.* Русская история и культура. СПб.: Юна, 1999.
- Поройкова Н. И.* Функционирование средств выражения согласия – несогласия в диалоге // Функциональный анализ грамматических категорий и единиц. Л.: ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1976. С. 102–115.
- Пучкова Е. В.* Аргументативно-лингвистический анализ дискурса опровержения: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2006.
- Рагозина И. Ф.* Отрицание и опровержение // Логический анализ языка. Ассерция и негация. М.: Индрик, 2009. С. 75–88.
- Саенко О. А.* Коммуникативный ход возражения в современном французском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2006.
- Серман И. З.* Просветительство и русская литература первой половины XVIII века // Проблемы русского Просвещения в литературе XVIII века. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1961. С. 28–44.
- Сидоров В. А.* Журналист как организатор социального взаимодействия // Основы журналистики / Под ред. С. Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2019. С. 249–282.

Диалог как форма научной коммуникации в цифровой медиасреде¹¹⁶

Сегодняшнее медиапространство насыщено научной информацией. Блогеры и популяризаторы науки превращаются в медиагероев. Научным сюжетам посвящены успешные сериалы, ток-шоу, аккаунты на текстовых и видеоплатформах. Более того, затрагиваемые научные темы зачастую становятся поводом для активных дискуссий среди широкого круга пользователей цифровых медиаплощадок. Обсуждение и диалог оказываются в цифровой среде основной формой научной коммуникации. Однако остается вопрос, какое определение научной коммуникации является релевантным специфике цифровой медиасреды и каковы особенности подобного диалога.

Проблема определения научной коммуникации представляет самостоятельную тему для изучения. Согласно наиболее устоявшейся позиции, научная коммуникация – это тематизированное взаимодействие между представителями науки как сферы профессиональной деятельности и их аудиторией, которая не обладает достаточными компетенциями. Такого рода коммуникацию обозначают как внешненаучную и отличают ее от внутринаучной, предполагающей диалог внутри экспертного сообщества¹¹⁷.

Научная коммуникация может преследовать несколько целей. Помимо очевидной задачи оповещения о научных открытиях, она может решать вопросы, лежащие вне собственно научного поля: укреплять социальный статус и престиж науки как сферы деятельности, легитимировать политические решения, касающиеся общества в целом и отдельных групп. При этом научную коммуникацию как таковую стоит отличать от иных видов взаимодействия, нацеленных на общественную агитацию и продвижение определенных моделей поведения. В них научная информация становится аргументом и подкрепляется обращением к дополнительным способам воздействия: актуальной ценностно-нормативной системе, эмоциональным подкреплениям¹¹⁸.

Утверждение цифровой медиасреды позволяет поставить под сомнение релевантность подобного определения научной коммуникации как форму

¹¹⁶ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 22-18-00184).

¹¹⁷ Гуреева А. Н., Кузнецова В. С. Трансформация научной коммуникации в контексте медиатизации (теоретическое обоснование и практическое применение) // Меди@льманах. 2020. № 5 (100). С. 48–57; National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. Communicating Science Effectively: A Research Agenda. Washington, DC: The National Academies Press. 2017. P. 19.

¹¹⁸ National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. Communicating Science Effectively: A Research Agenda. Washington, DC: The National Academies Press. 2017. P. 17–19.

взаимодействия между институционализированной наукой и ее внешней средой. И причин тут можно назвать несколько. Прежде всего стоит говорить об изменении ландшафта научных новостей в силу постепенного изменения в медиапотреблении. В последние годы можно фиксировать устойчивое сокращение объема научных новостей в традиционных медиаисточниках. Как следствие, все меньше научных новостей предоставляется профессиональными журналистами, специализирующимися на научной тематике¹¹⁹.

На фоне подобного сокращения «традиционных» новостей о науке обращает на себя внимание стремительное увеличение научной информации в онлайн-пространстве. Цифровые медиа все чаще выступают основным источником новостей, в том числе и из области науки¹²⁰. И здесь принципиальной новацией, обусловленной спецификой цифровой медиасреды, выступает небывалая прежде демократизация научной коммуникации и расширение круга ее организаторов. В условиях цифрового медиaproстранства и доминирования социальных сетей профессиональные журналисты утрачивают былую монополию на коммуникацию и не могут в полной мере выполнять традиционную роль «привратника», регулирующего содержание научной коммуникации¹²¹.

Более того, сама архитектура цифрового медиaproстранства, особенно социальных сетей, и логика их функционирования не позволяют рассматривать их в качестве нейтрального посредника. Действие алгоритмов социальных платформ, регулирующих распространение научной коммуникации, вынуждает рассматривать цифровую медиасреду в качестве еще одного значимого фактора научной коммуникации¹²².

Технологические возможности новых цифровых платформ обеспечивают значительное разнообразие актуальных мультимедийных форматов научной коммуникации. В то же время обнаруживаются определенные особенности в использовании цифровых медиаплощадок, которые могут иметь и социокультурные отличия. Так, исследование

¹¹⁹ Xenos M. A. Citizens Making Sense of Science Issues: Supply and Demand Factors for Science News and Information in the Digital Age // *The Oxford Handbook of the Science of Science Communication*. K. H. Jamieson, D. M. Kahan & D. A. Scheufele (Eds.). Oxford University Press, 2017. P. 283–289.

¹²⁰ National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. *Communicating Science Effectively: A Research Agenda*. Washington, DC: The National Academies Press. 2017. P. 67–69. <https://doi.org/10.17226/23674>; Taddicken M., Krämer N. Public online engagement with science information: on the road to a theoretical framework and a future research agenda // *Journal of Science Communication*. 2021. 20 (03). A05.

¹²¹ Weitkamp E., Milani E., Ridgway A. & Wilkinson C. Exploring the digital media ecology: insights from a study of healthy diets and climate change communication on digital and social media // *Journal of Science Communication*. 2021. 20 (03). A02.

¹²² Fährlich B. Conceptualizing science communication in flux — a framework for analyzing science communication in a digital media environment // *Journal of Science Communication*. 2021. 20 (03). Y02.

медийного ландшафта научной коммуникации в странах Европы продемонстрировало региональные различия в предпочтительном использовании основных социальных платформ. Если Facebook¹²³ оказался наиболее востребован для научной коммуникации в Италии, то в Германии и Франции отдали предпочтение YouTube, а в Великобритании – Twitter¹²⁴. И здесь важно отметить, что платформы могут различаться между собой и по разнообразию представленных тем научных сообщений, а также по популярности среди тех или иных инициаторов научной коммуникации. Facebook* и Twitter* оказались более насыщенными разнообразным научным контентом, нежели YouTube. И это может быть обусловлено технологическими особенностями медиаплощадок и простотой создания адекватного медиаконтента. Если в Facebook* и Twitter* достаточно лишь текстового сообщения, то создание видеоролика для YouTube уже потребует значительных усилий и профильных компетенций. Возможно, фактор технологической доступности объясняет популярность платформ Facebook* и Twitter* среди ученых и профильных экспертов, в то время как профессиональные журналисты оказывают предпочтение видеохостингу YouTube¹²⁵.

Еще одно значительное изменение в характере научной коммуникации в условиях цифровой медиасреды связано со значительной демократизацией предполагаемого участия в ней. Это открыло возможности для значительного расширения числа инициаторов научной коммуникации, которыми теперь выступают не только профессиональные журналисты или ученые и эксперты, но также пиар-отделы научных организаций, медиаиздания, академические ассоциации, образовательные и культурные учреждения, представители индустрии и бизнеса, наконец, энтузиасты и любители¹²⁶.

Большая публичность и открытость научной коммуникации, а также разнообразие ее форматов позволяет исследователям поставить вопрос о весьма радикальном пересмотре самого понятия научной коммуникации в цифровой медиасреде. Так, М. Букки и Б. Тренч полагают, что представление о научной коммуникации как форме взаимодействия между научным сообществом и его внешней аудиторией в новых условиях лишается своей

¹²³ Социальная сеть «Facebook» признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации. Далее отмечается *.

¹²⁴ Социальная сеть заблокирована в России. Далее отмечается *.

¹²⁵ Davies S. R., Franks S., Roche J., Schmidt A. L., Wells R. & Zollo F. The landscape of European science communication // *Journal of Science Communication*. 2021. 20 (03). A01; Davies S. R., Franks S., Jensen A. M., Mannino I., Roche J., Schmidt A. L., Wells R., Woods R. & Zollo F. Summary report: European Science Communication today. D1.1 EU H2020-funded 824634 QUEST Project. 2019. P. 49–50.

¹²⁶ Weitkamp E., Milani E., Ridgway A. & Wilkinson C. Exploring the digital media ecology: insights from a study of healthy diets and climate change communication on digital and social media // *Journal of Science Communication*. 2021. 20 (03). A02.

смысловой нагрузки. Причиной этого выступает не только повсеместность научного знания в массовой медийной культуре и повседневности, но также и значительное расширение состава участников научной коммуникации. Цифровая медиасреда предоставляет пространство для коммуникации на научные темы самым разным группам общественности, среди которых можно обнаружить не только ученых и профессиональных журналистов, но и представителей государственных структур, бизнеса, а также любителей. И именно это предельное расширение участников научной коммуникации, которая более не регулируется лишь профессиональными научным и медийным сообществами позволяет отказаться от определения научной коммуникации как диалога между сферой науки и ее аудиторией в пользу более широкой трактовки. М. Букки и Б. Тренч полагают, что научная коммуникация сегодня – это общественный диалог о научном знании, то есть тематизированное взаимодействие между представителями различных социальных групп по вопросам, связанным с наукой¹²⁷.

И здесь следует отметить, что предложенная трактовка научной коммуникации развивает и заостряет уже устоявшееся представление о диалоге как основной форме научной коммуникации в современном обществе. Участие в научной коммуникации различных социальных групп как раз и отражает нарастающую взаимосвязь между наукой, медиа и другими сферами общественной жизни. И в этом контексте стоит упомянуть, что в современной литературе динамика научной коммуникации осмысляется через последовательную смену модели взаимодействия между сферой науки и внешней средой: модель «дефицита», модель «диалога» с обществом и модель «вовлечения / участия» общественности.

В 1960–80-е гг. получила распространение модель «дефицита», в рамках которой научная коммуникация определялась как распространение научного знания в доступной форме среди непрофессиональной аудитории. В ее основе лежала идея «научной грамотности», то есть осведомленности о научных фактах и методах научного познания. Критическое отношение общественности к науке и возможное отторжение научного знания объяснялось неинформированностью аудитории и недоступностью для нее научных сведений. Выход из подобной ситуации виделся в преодолении «дефицита» знания, то есть популяризации научных знаний вне экспертной среды, что позволяло сформировать положительное отношение к науке и ее достижениям. В рамках модели «дефицита» популяризация науки понималась как однонаправленная трансляция сложного экспертного знания

¹²⁷ Bucchi M., Trench B. Rethinking science communication as the social conversation around science // Journal of Science Communication. 2021. 20 (03). Y01. <https://doi.org/10.22323/2.20030401>.

в более упрощенной форме с прицелом на аудиторию, которая не обладает должной компетенцией¹²⁸.

Последующее эмпирическое изучение эффектов научной коммуникации не подтвердило базовую идею модели «дефицита»: научная информированность публики не породила положительного отношения к науке. Исследования демонстрировали сохраняющееся критическое и настороженное отношение аудитории к результатам научной деятельности. В этих обстоятельствах ключевой задачей научной коммуникации признавалось не обогащение научными знаниями, а изменение общественных установок по отношению к научным достижениям. Решением этой задачи представлялось выстраивание равных отношений с аудиторией. Практической реализацией этой новой трактовки научной коммуникации послужили разработанные в 1980–90-х гг. в ряде западных стран программы углубления «общественного понимания науки» (public understanding of science). В их основе как раз лежала идея диалога между экспертами и общественностью, который должен был снизить критическое отношение к науке. Содержательное наполнение этого диалога было обогащено уже и дискуссией о потенциальных последствиях применения новых технологий, общественно-политических и морально-этических аспектах научных изысканий.

Предложенная диалоговая модель научной коммуникации тем не менее также подверглась определенной критике. По мнению ее оппонентов, концептуально она все также опиралась на идею «дефицита» со стороны аудитории, которой не хватало знания для положительного отношения к современной науке. Более того, заявленный диалог скорее не оправдал себя, поскольку аудитория по-прежнему исполняла роль пассивного участника, мнение которого не учитывалось при выработке тех или иных решений, связанных с применением научных результатов¹²⁹.

Ответом на подобную критику стала выдвинутая в конце 1990-х гг. идея «вовлечения» (engagement) аудитории, что должно было способствовать еще большей включенности науки в контекст современного общества. «Вовлечение» охватывает широкий спектр практик в различных сферах: политике, образовании, массмедиа через информирование и развлечение. Расширилось представление об участниках такого «вовлечения», которые

¹²⁸ Bucchi M., Trench B. Science communication research: themes and challenges // Routledge handbook of public communication of science and technology. M. Bucchi, B. Trench (Eds.). Routledge. 2014. P. 4; Bauer M. W., Allum N., Miller S. What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda // Public Understanding of Science. 2007. 16 (1). P. 80–81.

¹²⁹ Bucchi M., Trench B. Science communication research: themes and challenges // Routledge handbook of public communication of science and technology. M. Bucchi, B. Trench (Eds.). Routledge. 2014. P. 5.

уже не ограничивались представителями науки и ее аудитории. Сама аудитория стала осмысляться как более дифференцированная, состоящая из различных групп, представляющих разные сферы общества: политику, образование, искусство, медиа и другие. Таким образом, вовлеченный диалог уже выглядел многосторонним и разнонаправленным, выходя за рамки прежнего бинарного формата «наука и ее аудитория»¹³⁰. При этом считалось оправданным вовлечение аудитории уже на ранних этапах разработки научной темы вместо прежней презентации уже готовых результатов и преодоления возможного негативного отношения к ним.

«Участие» (participation) рассматривается как наиболее выраженная форма вовлечения, предполагающая деятельность активных представителей гражданского общества в виде обсуждения научной повестки и принятия на ее основе управленческих решений. Примерами тут может служить «гражданская наука», в рамках которой рядовые активисты вносят вклад в научные исследования, например, собирая и анализируя данные. Таким образом, аудитория получает возможность принимать участие не только в обсуждении готовых научных результатов, но и в создании научного знания¹³¹.

Таким образом, признание диалоговой формы как основной для научной коммуникации выступает результатом осмысления многолетней практики популяризации научного знания. В то же время в нем нашла отражение социокультурная динамика: изменение социального статуса науки, возросшая взаимосвязь между наукой и медиа, поиск общественного признания как формы легитимации научной деятельности. В дальнейшем формирование новой цифровой медиасреды и перенос научной коммуникации в цифровое пространство дополнительно усилили обозначенные тенденции. Это и позволяет исследователям признать научную коммуникацию уже не только диалогом между наукой и внешней аудиторией, но и формой общественного диалога на тему науки.

Цифровая медиасреда, предоставляя широкие возможности для научной коммуникации, в то же время неизбежно определяет специфику научных сообщений в онлайн-среде. Одним из факторов тут можно отметить демократизацию и расширение круга участников цифровой научной коммуникации, а также действие алгоритмов социальных платформ, которые принимаются участниками коммуникации во внимание при поддержании

¹³⁰ Schmid-Petri H., Bürger M. Modeling science communication: from linear to more complex models // Science Communication. A. Leßmöllmann, M. Dascal, T. Gloning (Eds.). Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. 2019. P. 110.

¹³¹ Scheufele D. A. Science communication as political communication // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2014. 111. Pp. 13585–13592.

научной коммуникации. Одним из следствий прямого включения в коммуникацию самих ученых, экспертов, пиар-отделов научных организаций, которые обращаются к своей аудитории, минуя посредничество профессиональных журналистов, оказалось подчинение научной по своему содержанию коммуникации венаучным целям, а именно достижению общественного признания науки, научной деятельности и достижений отдельных организаций и ученых.

Эту тенденцию – сближение научной коммуникации с продвижением – усиливает и сама логика цифровых медиа: конкуренция за внимание аудитории, действие алгоритмов рекомендаций и продвижения сообщений, стимулирование активной пользовательской реакции. Как следствие, научное сообщение получает специфическое обрамление, нацеленное на повышение его «кликбейтности». Активно используются приемы «раскрутки» (spin), «модные» слова (buzzword). Делается акцент на сенсационном характере научного сообщения¹³². Как результат, можно обнаружить активное обсуждение научной новости, которое в то же время может иметь провокативный характер и мало связано с собственно научной информацией.

Аналогичным образом выстраиваются и стратегии возражения научным сообщениям. В них делается упор не только на опровержение научного сообщения, но и на подрыв доверия к источнику сообщения, создания ощущения двойственности и неоднозначности информации.

Выводы

В качестве заключения еще раз подчеркнем, что социальная динамика взаимоотношений между наукой, медиа, политикой и другими сферами общественной жизни актуализировала потребность в диалоге как основной форме научной коммуникации в современном обществе. Возможности цифровой медиасреды еще более усилили эту тенденцию, обеспечив ее реализацию необходимой технологической инфраструктурой. Сегодня это и позволяет обозначить научную коммуникацию не как диалог между наукой и ее аудиторией, а более широко, как общественный диалог на тему науки. Вместе с тем сама логика функционирования цифровых медиа оказывает прямое воздействие на характер такого диалога, смещая акцент с содержания научного сообщения на обсуждение его аудитории и их коммуникативных целей.

¹³² Dempster G., Sutherland G. & Keogh L. Scientific research in news media: a case study of misrepresentation, sensationalism and harmful recommendations // Journal of Science Communication. 2022. 21 (01). A06.

ЛИТЕРАТУРА

Гуреева А. Н., Кузнецова В. С. Трансформация научной коммуникации в контексте медиатизации (теоретическое обоснование и практическое применение) // Меди@льманах. 2020. № 5(100). С. 48–57.

Bauer M. W., Allum N., Miller S. What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda // Public Understanding of Science. 2007. 16 (1). Pp. 79–95.

Bucchi M., Trench B. Rethinking science communication as the social conversation around science // Journal of Science Communication. 2021. 20 (03). Y01. <https://doi.org/10.22323/2.20030401>.

Bucchi M., Trench B. Science communication research: themes and challenges // Routledge handbook of public communication of science and technology. M. Bucchi, B. Trench (Eds.). Routledge. 2014. Pp. 1-15.

Davies S. R., Franks S., Jensen A. M., Mannino I., Roche J., Schmidt A. L., Wells R., Woods R. & Zollo F. Summary report: European Science Communication today. D1.1 EU H2020-funded 824634 QUEST Project. 2019.

Davies S. R., Franks S., Roche J., Schmidt A. L., Wells R. & Zollo F. The landscape of European science communication // Journal of Science Communication. 2021. 20 (03). A01. <https://doi.org/10.22323/2.20030201>

Dempster G., Sutherland G. & Keogh L. Scientific research in news media: a case study of misrepresentation, sensationalism and harmful recommendations // Journal of Science Communication. 2022. 2 (01). A06. <https://doi.org/10.22323/2.21010206>.

Fährnich B. Conceptualizing science communication in flux — a framework for analyzing science communication in a digital media environment // Journal of Science Communication. 2021. 20 (03). Y02. <https://doi.org/10.22323/2.20030402>.

National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. Communicating Science Effectively: A Research Agenda. Washington, DC: The National Academies Press, 2017. <https://doi.org/10.17226/23674>.

Scheufele D. A. Science communication as political communication // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2014. 111. Pp. 13585–13592.

Schmid-Petri H., Bürger, M. Modeling science communication: from linear to more complex models. // Science Communication. A. Leßmöllmann, M. Dascal, T. Gloning (Eds.), Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. 2019, P.105-122.

Taddicken M., Krämer N. Public online engagement with science information: on the road to a theoretical framework and a future research agenda // Journal of Science Communication. 2021. 20 (03). A05. <https://doi.org/10.22323/2.20030205>.

Weitkamp E., Milani E., Ridgway A. & Wilkinson C. Exploring the digital media ecology: insights from a study of healthy diets and climate change communication on digital and social media // Journal of Science Communication. 2021. 20(03). A02. <https://doi.org/10.22323/2.20030202>.

Weitkamp E., Milani E., Ridgway A. & Wilkinson C. Exploring the digital media ecology: insights from a study of healthy diets and climate change communication on digital and social media // Journal of Science Communication. 2021. 20 (03). A02. <https://doi.org/10.22323/2.20030202>.

Xenos M. A. Citizens Making Sense of Science Issues: Supply and Demand Factors for Science News and Information in the Digital Age // The Oxford Handbook of the Science of Science Communication. K. H. Jamieson, D. M. Kahan & D. A. Scheufele (Eds.). Oxford University Press, 2017. Pp. 283–289. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190497620.013.31>

Глава 2. Популяризация в медиа как коммуникативно-речевая деятельность

В. И. Коньков

Популяризация научных знаний в медийной среде: речевые стратегии

Популяризация научных знаний – это адаптация научного знания, представленного в профессиональной научной среде, к интересам массовой аудитории в целом или к её отдельному сегменту. Цели такой популяризации могут быть различными. Для достижения той или иной поставленной цели, решения проблемы, вырабатывается соответствующая стратегия.

Применительно к обозначенной теме стратегию мы будем понимать как способ решения поставленной глобальной проблемы (в соответствии с имеющейся целью) на основе последовательного или параллельного решения проблем более частного плана.

Когда мы говорим о популяризации научных знаний в медийной среде, производимой всегда с той или иной конкретной целью, то принципиально важно иметь чёткое представление о содержании понятия *медийность*. Обзор исследований последних лет, так или иначе связанных с категорией медийности, свидетельствует о том, что нередко мы сталкиваемся с неразличением двух значений номинации *медийность*.

Достаточно часто, говоря о медийности, авторы имеют в виду технологические особенности создания медийной речи, основу которых в настоящее время составляют технологические особенности коммуникативной среды интернета. Параллельно существует и старая среда коммуникации с хорошо всем известными технологическими особенностями традиционных СМИ – печати, радио, телевидения. Говоря о технологических особенностях сетевой коммуникативной среды, исследователи обычно имеют в виду интерактивность, возможность вовлечения в процесс коммуникации большого, практически не ограниченного количества участников, использование разнообразных цифровых технологий, интенсификацию использования невербальных семиотических систем и др.

Однако нам крайне необходимо рассматривать категорию медийности и в сущностном плане, основываясь не на технологических особенностях среды коммуникации, а на характере вхождения медийной речи в общую практическую деятельность общества в целом и общую речевую практику общества – в частности. В этом случае медийная речь в нашем понимании –

это речь, являющаяся средством повседневной коммуникации социума, речь, непосредственно включенная в общую практическую деятельность общества, речь, создаваемая для *здесь и сейчас*¹³³. Если произведение художественной литературы живёт, не будучи привязанным в процессе чтения к координатам социального пространства-времени, фиксирующим момент его создания, то новостной текст, неважно это традиционное печатное издания или его аналоги в интернете, привязан к определённому месту и определённому времени. Именно этим фактором определяется коммуникативный статус новости. Например, для номера газеты характер содержания определяется местом и временем его издания.

Медийная речь как средство повседневного общения социума всегда идеологически ориентирована, характеризуется социальной оценочностью. В своё время целый ряд исследователей, и прежде всего Г. Я. Солганик¹³⁴, продемонстрировали это в работах, посвящённых публицистическому стилю. Сейчас для называния того, что когда-то именовалось *публицистическим стилем*, используется номинация *медийная речь*, однако это не меняет сути дела. В центре массива медийной речи находятся тексты, которые по своей функциональной направленности традиционно квалифицируются как публицистические.

Помимо публицистического стиля в структуру медийной среды включаются реклама, PR-тексты. Работы некоторых исследователей дают основания включать в структуру медийной среды и GR¹³⁵. Есть основания полагать, что этот перечень остаётся открытым, поскольку существуют в медийной среде и другие функциональные разновидности медийной речи, создаваемые для *здесь* и для *сейчас* и существующие только в момент её осуществления. Категория медийной речи, таким образом, понимается нами как зонтичная.

Если вернуться к понятию медийности как среды коммуникации, то мы должны констатировать очевидный и важный для нас факт. В этой коммуникативной среде существует огромное количество речевого материала, который к медийности в её сущностном понимании никакого отношения не имеет. Так, применительно к нашей теме мы должны учитывать, что в медийной коммуникативной среде существует масса научных изданий, по функциональной речевой принадлежности,

¹³³ Коньков В. И., Соломкина Т. А. Речевая структура медийной среды и место в ней сценической речи // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 2. С. 302–319.

¹³⁴ Солганик Г. Я. Публицистический стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. М., 2003. С. 312–315.

¹³⁵ Сморгунюв Л. В., Тимофеева Л. Н. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. М. 2012.

принадлежащих к научному стилю, соотносимому с соответствующей формой общественного сознания. Сюда следует отнести учёные записки различных вузов, серию изданий «Научные доклады высшей школы», академические профессиональные научные издания типа «Вопросы языкознания», «Вопросы философии», «Вопросы истории» и др. К популяризации научного знания по своему коммуникативному статусу эти издания никакого отношения не имеют. Профессиональная научная речь не является элементом структуры медийного поля в его сущностном понимании.

Поскольку мы говорим о популяризации научного знания, воплощённой в медийном тексте, то эта популяризация, как и любое собственно медийное сообщение, создаётся для *здесь* и для *сейчас*, и, как следствие, она неизбежно в большей или меньшей степени идеологически ориентирована. Именно этим обстоятельством прежде всего и обусловлен выбор научной темы в медийной среде. В период пандемии многие научно-популярные публикации, телепередачи, посвященные работе со штаммами вирусов, в большей или меньшей степени были обусловлены внешне- и внутрисполитической ситуацией. В них всегда была и есть идеологическая составляющая.

Здесь мы видим одну из частных реализаций теории М. М. Бахтина, который говорил, что каждое сказанное или мелькнувшее в сознания слово всегда есть реакция на чужое слово, чужое высказывание: «Гуманитарная мысль рождается как мысль о чужих мыслях, волеизъявлениях, манифестациях, выражениях знаках...»¹³⁶. Любое социальное действие есть всегда реакция на действие другого субъекта социума. Любая публикация в медийной среде на научную тему всегда содержит вектор возражения. Популяризация в медийной среде – это всегда поливекторный полилог.

Социальная актуализация текста в медийной среде является обязательной. Тема представляется не в глобальном смысле той или иной теории, а в привязке к конкретным координатам социального пространства-времени, в её включённости в практическую деятельность общества. В медийной среде говорится не о том, как выглядит решение теоретической проблемы в общем виде. Говорится о решении проблемы в привязке к работе конкретного института, конкретной лаборатории, конкретных специалистов.

Итак, первая цель популяризации научного знания в медийной среде – популяризация, обусловленная идеологическим фактором.

¹³⁶ Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, философии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 281.

Можно в этой связи назвать медийные проекты большой общественной значимости, направленные на формирование общественного сознания, соответствующего запросам формирования современной науки как важнейшего социального института. Укажем в связи с этим, например, на совместный проект журнала «Огонёк» и Института проблем передачи информации им. А. А. Харкевича РАН «Математические прогулки» (интервью с наиболее видными представителями математической науки, опубликованные в журнале «Огонёк»), направленный на популяризацию математического знания как одного из базисных факторов успешного развития государства¹³⁷.

Вторая цель популяризации научного знания в медийной среде – популяризация научного знания с общеобразовательными целями. Идеологическая составляющая здесь если и присутствует, то отходит на задний план. Для обычного читателя, испытывающего интерес к науке, эта идеологическая составляющая может субъективно не ощущаться вообще. В этом случае в коммуникативной среде современных медиа встречаемся с научно-популярными текстами, которые по своим стилистическим свойствам близки к научно-популярному стилю как разновидности научного стиля. Так, например, журнал «Наука и жизнь» предоставляет читателю научно-популярные тексты, написанные исключительно профессиональными исследователями. В отличие от классических научно-популярных текстов, которые написаны для тех, для кого они являются ступенькой на пути к профессиональному занятию наукой, тексты журнала «Наука и жизнь» в большей или меньшей степени адаптированы для массовой аудитории. Идеологическая ориентация материалов данного издания в целом минимальна.

Третья стратегическая цель популяризации научного знания особенно ярко проявляется в коммуникативной среде классического телевидения в проектах научно-прикладного характера. Прежде всего это широко известные программы, ориентированные на медицинские проблемы и известные, как правило, по именам ведущих: Елена Малышева, доктор Мясников и др. Проблема формирования высокого уровня физической культуры и здоровья сочетается в таких программах с различными коммерческими задачами.

Тремя базовыми стратегическими целями популяризации научного знания их перечень не исчерпывается. Адаптированный к потребностям

¹³⁷ Коньков В. И. Речевое позиционирование математики как социального института в медиасфере // Наука в общественном диалоге: ценности, коммуникация, организация: материалы междунар. науч. конференции. СПб., 2017. С. 101–103.

аудитории мир научного знания в медийной среде многообразен в своей сегментации и целевой направленности.

Так, например, в настоящее время в коммуникативной среде интернета востребованы тексты вторичной (назовём их так) популяризации. Их специфика состоит в том, что изложение научной проблемы переводится в сферу повседневности. Обычно это блог, где автор работает с аудиторией в сфере устной многоканальной речи, которая для аудитории является привычной речевой средой обитания. Активно используется весь потенциал интонационных средств, жесты, мимика, характер взгляда. В качестве примера можно назвать YouTube-канал Дмитрия Побединского «Физика от Побединского», имеющий 1,43 млн подписчиков¹³⁸. Зрителям предлагается проблема, способная заинтересовать обычного образованного человека, поэтому такая тема часто имеет статус прецедентного феномена: *Почему 0 в степени 0 равно 1?; Почему нельзя превысить скорость света?; Что реально спасает от радиации?; Вселенная НЕ бесконечна?*

Постперестроечные поколения, традиционно испытывающие недоверие к официальным СМИ (и, соответственно, к их ведущим), охотно слушают и смотрят вторично адаптированный научный материал, выбирая себе ведущего из представителей своего поколения, который им ближе по социально- психологическим параметрам. В некоторых случаях сама научная проблематика для аудитории отходит на задний план. Блогер привлекает слушателей прежде всего как личность, как образец для подражания: как достичь успеха и приобрести высокий коммуникативный статус. При этом на очевидные и достаточно серьёзные изъяны в устной речи аудитория может вообще не обращать внимания. Примером может служить Ася Казанцева, которая позиционируется то как «научная журналистка, автор, популяризатор науки, блогер. Лауреат премии в области научно-популярной литературы “Просветитель”», то как «миловидная леди».

Технологические возможности интернета настолько велики и разнообразны, что позволяют осуществить в сфере популяризации науки многопрофильные коммуникативные проекты, реализующие несколько стратегических целей. Приведём в качестве примера проект «ПостНаука». Свою миссию создатели проекта (Ивар Максutow и Елена Верёвкина) определяют так: «Мы предпочитаем повествование от первого лица любому пересказу и ставим перед собой задачу создать платформу, на которой ученые становились бы известными не только для узкого академического круга, но и для широкой аудитории. Все авторы ПостНауки — эксперты в

¹³⁸ URL: <https://www.youtube.com/user/PhysFromPobed>.

своей научной дисциплине»¹³⁹. Основной формат проекта – короткие видео, в которых учёные рассказывают о своих исследованиях. Но авторы проекта этим не ограничиваются, форматы проекта разнообразны: рекомендованные учеными книги, журнал, записи лекций и др.

Сказанное позволяет сделать вывод о том, что речевые стратегии в сфере популяризации научного знания в медийной коммуникативной среде разнообразны. Наша следующая задача – определить приемы и способы достижения этих целей.

Выводы

Цели популяризации научного знания в медийной среде различны и зависят от места его локализации. В жёстко идеологически ориентированных изданиях идеологически ориентированной оказывается также и популяризация научного знания. В то же время в других сегментах медийной сферы популяризация научного знания достаточно часто преследует общеобразовательные цели. В проектах научно-прикладного характера популяризация науки сочетается с различными коммерческими задачами. В блогосфере широкое распространение получил вторично адаптированный научный материал, когда аудитория выбирает себе ведущего из представителей своего поколения, который им ближе по социально-психологическим параметрам. Получили распространение многопрофильные коммуникативные проекты, реализующие несколько стратегических целей.

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, философии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979.

Коньков В. И. Речевое позиционирование математики как социального института в медиасфере // Наука в общественном диалоге: ценности, коммуникация, организация: материалы междунар. науч. конференции. СПб.: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2017. С. 101–103.

Коньков В. И., Соломкина Т. А. Речевая структура медийной среды и место в ней сценической речи // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 2. С. 302–319.

Сморгунов Л. В., Тимофеева Л. Н. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.

Солганик Г. Я. Публицистический стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 312–315.

¹³⁹ URL: <https://postnauka.ru/about>.

Журналист как популяризатор правовых знаний

В данном разделе рассматривается роль современного журналиста в правовом просвещении граждан и популяризации права в российском обществе, которая не только демонстрирует тенденцию к усилению, но и потенциал к тому, чтобы стать ключевой. Помимо информационной, правовая журналистика выполняет также не менее значимую просветительскую функцию. Невозможно представить себе современное правовое просвещение без задействования медийного пространства, в котором актуализируются и подвергаются медиатизации юридические термины и концепты. Функции популяризаторов науки традиционно берут на себя ученые, однако они не обладают навыками профессиональных коммуникаторов, которые позволяют последним успешно транслировать социокультурный опыт. По наблюдению Р. Н. Абрамова, «теперь не ученый находится на информационной вершине системы популяризации науки, а представитель медиасферы, по своему усмотрению переупаковывающий научное знание в популярные форматы»¹⁴⁰.

Особое внимание в данной связи должно уделяться подготовке журналистов, занимающихся правовым просвещением. По мнению Е. В. Баркановой, юридическое медиаобразование приобретает особую актуальность в современных условиях¹⁴¹, так как деятельность современного журналиста в данной области включает в себя не только информирование граждан об их правах и обязанностях, но и пропаганду правовых знаний и ценностей института права (закон, правосудие, справедливость и др.) как основы упорядочивания отношений между членами социума.

Согласно толковому словарю Т. Ф. Ефремовой, глагол «популяризировать» имеет два значения: «1. Излагая, делать популярным, доступным. 2. Делать широко известным, распространенным»¹⁴². Таким образом, журналист, пишущий статьи правовой тематики, может выступать либо в роли адаптатора юридических текстов-источников для широкой аудитории неспециалистов, либо в роли популяризатора, прививая адресату интерес к вопросам права. Очевидно, что в первом и во втором случае

¹⁴⁰ Абрамов Р. Н. Профессионализация научной журналистики в России: сообщество, знание, медиа // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2014. № 1 (25). С. 120.

¹⁴¹ Барканова Е. В. Популяризация истории как медийная проблема // Ученые записки Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2015. № 2. С. 1.

¹⁴² Ефремова Т. Ф. Толковый онлайн-словарь русского языка. URL: <https://lexicography.online/explanatory/efremova>.

профессиональный коммуникатор будет задействовать разные стратегии и приемы, определяемые доминантной коммуникативной задачей.

Опираясь на тематический критерий, М. А. Силанова выделяет так называемый юридический медиадискурс, который, по ее мнению, формируется в сфере пересечения права и медиа, и нацелен на «трактовку и интегрирование буквы закона в повседневную действительность»¹⁴³. Учитывая существенное влияние журналистов на общественное мнение, компетентное толкование ими норм права приобретает особое значение. Хотя вторичные тексты, создаваемые профессиональными коммуникаторами, служат интерпретации текстов-источников и не обладают собственно юридической силой, они жизненно важны для урегулирования отношений между членами общества.

К журналисту, работающему с правовой тематикой, предъявляются определенные требования, состоящие в высоком уровне профессиональной подготовки в области юриспруденции. По мнению Л. В. Соцура, «от уровня компетентности и правосознания толкователя или адаптатора, коим выступает журналист в данном случае, зависит в конечном итоге эффективность коммуникации»¹⁴⁴. В данной связи в федеральные государственные образовательные стандарты по направлению подготовки «Журналистика» должны быть включены компетенции, имеющие целью формирование правовых знаний, навыков и умений действия в правовом поле¹⁴⁵. Помимо владения соответствующим понятийным аппаратом отрасли журналист также должен хорошо знать структуру и особенности функционирования правовой системы своей страны и учитывать происходящие в ней текущие изменения. Журналист в такой ситуации выступает в качестве медиатора или посредника между государством в лице его институтов и рядовыми гражданами. В этой связи излишне упоминать, что профессиональная халатность и некомпетентность медиатора могут привести к плачевным последствиям как для него самого, так и для адресата, не имеющего специального юридического образования.

Для того чтобы не совершать ошибок в трактовке юридических документов и уметь разбираться в запутанных юридических казусах, журналист может обратиться за разъяснениями к специалистам, либо изучить специальную литературу. К сожалению, сегодня только федеральные каналы

¹⁴³ Силанова М. А. Медиатизация юридических терминов в дискурсе современных СМИ: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. С. 105.

¹⁴⁴ Соцура Л. В. Неофициальное толкование норм российского права // Социальные и гуманитарные науки: Государство и право. 1997. С. 20.

¹⁴⁵ Потапов Ю. А. Правовая грамотность журналиста: постановка проблемы и пути решения // Журналистика XXI века: в координатах исторического времени: матер. междунар. научно-практической конференции. СПб., 2018. С. 262.

и крупные издательские дома могут себе позволить содержать в штате юристов, осуществляющих «внешнюю» экспертизу материалов журналистов, работающих с правовой тематикой. Отсутствие подобной экспертизы и специальной юридической подготовки зачастую приводит к терминологическим погрешностям и фактическим ошибкам в журналистских текстах. Чтобы избежать этого, журналист на стадии подготовки материала при необходимости должен обращаться за соответствующими разъяснениями к сотрудникам пресс-служб правоохранительных органов.

Так, к числу распространенных терминологических неточностей, фигурирующих во многих статьях правовой тематики, можно отнести употребление словосочетаний *открытие / закрытие уголовного дела*. В соответствии с уголовно-процессуальным законодательством РФ, уголовные дела *возбуждаются*, а не *открываются*, и *приостанавливаются* или *прекращаются*, а не *закрываются*:

*В Самаре открыто уголовное дело из-за массового отравления в кадетском корпусе МВД РФ (Новые Известия)*¹⁴⁶.

*Обратившийся же в Верховный суд с жалобой гражданин счел, что, если уголовное дело в отношении человека было закрыто - и неважно по каким основаниям – фигурировать в его биографии это никак не должно (РГ)*¹⁴⁷.

Рассмотрим некоторые жанры журналистских текстов правовой тематики на современном этапе. Основным жанром, служащим реализации функции журналиста как адаптатора, служит статья-комментарий. В качестве примера качественной адаптации специальной информации для широких масс населения можно рассматривать деятельность корреспондентов «Российской газеты» (официального печатного органа Правительства Российской Федерации), на протяжении многих лет занимающихся разъяснением вступающих в силу законодательных актов и обеспечивающих таким образом эффективное правоприменение. В газете публикуются новые федеральные законы, кодексы, указы Президента, постановления и распоряжения Правительства России, нормативные акты различных министерств и ведомств. Оригинальные тексты документов подвергаются значительной компрессии, а также зачастую креолизации, позволяющей авторам всесторонне воздействовать на перцепцию адресата, комбинируя средства разных семиотических систем. Комплексное использование данных средств определяет успех коммуникации, играя существенную роль в интерпретации текста реципиентом. Оригинальные тексты документов публикуются редакцией на отдельных от комментариев страницах, а сами

¹⁴⁶ URL: <https://newizv.ru/news/incident/23-05-2022>.

¹⁴⁷ URL: <https://rg.ru/2016/01/19/dela-site.html>.

комментарии получают лаконичные и аттрактивные заголовки: *Дадут порулить; За пытки накажут строже; Фермерам – землю без торгов* и др. Приведем пример комментирования поправок к Федеральному закону, регулирующему ведение гражданами садоводства и огородничества для собственных нужд, принятых правительством в 2022 году:

Статья 23. Особенности образования, использования садовых земельных участков и огородных земельных участков

4. Допускается использование садовых земельных участков и огородных земельных участков для выращивания гражданами для собственных нужд сельскохозяйственной птицы и (или) кроликов при условии <...> соблюдения земельного законодательства, ветеринарных норм и правил и гигиенических нормативов (РГ. 21.07.2022. № 159 (8807). С. 14).

В статье-комментарии данный текст передается в следующем варианте адаптации:

Теперь уже точно можно разводить сельхозптицу и кроликов на садовых и огородных участках (РГ. 21.07.2022. № 159 (8807). С. 4).

При адаптации вместо словосочетания «сельскохозяйственной птицы» используется сложносокращенное существительное *сельхозптицу*. Клишированная конструкция *допускается использование*, характерная для текста юридического документа, заменяется предикативом (*можно*) и глагольным инфинитивом (*разводить*). В комментарии приводятся также разъяснения эксперта, содержащие элементы разговорного стиля:

Проце говоря, можно выращивать кур и кроликов для себя, не в целях коммерческой деятельности, если вы соблюдаете земельное законодательство, не мешаєте соседям и выполняете все необходимые гигиенические требования, – пояснил Чаплин [депутат Госдумы – авт.] (РГ. 21.07.2022. № 159 (8807). С. 4).

В публикации используется фотография, на которой читатель видит улыбающегося фермера (что, по-видимому, призвано демонстрировать положительный эффект внесенных изменений для рядовых владельцев упомянутых участков) и симпатичного кролика, вызывающего исключительно положительные эмоции адресата. Таким образом, грамотное сочетание когнитивной и эмоциональной информации в тексте комментария способствует более эффективной реализации коммуникативного задания.

Необходимо отметить, что рубрики российских журналов, имеющих целью правовое просвещение граждан, подходят к решению соответствующих задач системно, интегрируя специальные (правовые) знания в тексты разных жанров. По наблюдению Н. А. Гуторовой, «развитие специализированных изданий, в основном в сети Интернет, способствует обновлению жанровой структуры научной журналистики, в том числе за счет

журналистского расследования»¹⁴⁸. Правовой журналист может проводить свое собственное расследование криминального происшествия с целью доказать чью-то невиновность или привлечь внимание к истинному преступнику, предлагая свою точку зрения на происходящее, или же может всесторонне изучить какой-то актуальный правовой вопрос, чтобы доступным языком представить аудитории результаты проведенного исследования. Статьи жанра «журналистское расследование» публикуются, в частности, в журнале «Человек и закон» – ежемесячном научно-популярном издании общественно-политической, правовой и публицистической направленности, много лет осуществляющем правовое просвещение граждан нашей страны («Тайна гибели вице-адмирала Холостякова», «На основе архивных документов», «Дело их кровавых рук» и т. д.).

Особый интерес в данной связи представляет постоянная рубрика журнала под названием «Время. Законы. Люди», в которой журналисты проводят собственные расследования нераскрытых дел из далекого прошлого, собирая показания свидетелей и находя новые доказательства в пользу той или иной версии событий. Одним из таких расследований, проводимым авторами статьи «Тайна Калинова яра», является установление обстоятельств смерти сына регента Венгрии Иштвана Хорти в авиакатастрофе над Белгородской областью в 1942 году. Приведем несколько фрагментов из упомянутой статьи:

20 августа 1942 года здесь произошел таинственный случай, однозначной трактовки которого у военных историков нет до сих пор. <...> Ранним августовским утром три неприятельских самолета, поднявшись с Иловского аэродрома, взяли курс на Острогосжск – к фронту. Они уже пролетали над Калиновым яром, как вдруг машина в центре потеряла скорость, завалилась набок и, войдя в штопор, начала стремительно падать. <...> Легенды складываются из-за того, что на целый ряд вопросов, связанных с прибытием Иштвана Хорти на советско-германский фронт и обстоятельствами его гибели, до сих пор нет однозначных, не подлежащих сомнению ответов (Человек и закон. 2022. № 9. С. 35, 42).

Корреспонденты журнала «Человек и закон» также не оставляют без внимания важные даты в истории отечественной правовой науки. Например, в статье «Защитники веры» приводятся биографические сведения о мучениках Иоанне и Юрии (блестящих юристах Иване Ковшарове и Юрии Новицком), казненных по несправедливому обвинению:

13 августа 2022 года исполнилось 100 лет со дня трагического события в истории отечественной юриспруденции. В этот день в районе Кронштадта мученическую смерть приняли присяжный поверенный Иван Ковшаров и юрист Юрий Новицкий. В

¹⁴⁸ Гуророва Н. А. Взаимодействие расследовательской и научной журналистики при создании медиатекстов // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2019. Т. 16 (1). С. 66.

1992 году они были причислены Русской Православной Церковью к Лику Святых новомучеников (Человек и закон. 2022. № 9. С. 31).

В целях популяризации правовых знаний журналистами часто практикуется изложение исторических сведений в реферативном варианте, использование личных архивов и мемуаров, а также интервью с экспертами – известными адвокатами, судьями и др. Жанр интервью помогает агенту опосредованно вводить и объяснять юридические термины и концепты адресату, чей интерес катализируется личностью интервьюируемого. Вот пример из интервью корреспондента журнала «Человек и закон» с адвокатом С. Н. Радченко:

– Что для вас значит понятие «**правовое государство**»?

– Я профессиональный юрист, поэтому для меня это понятие имеет четкую правовую формулировку и никак иначе. **Правовое государство** – это такое государство, в котором закон господствует во всех сферах общественной жизни, защита прав граждан осуществляется судом и имеет место взаимная ответственность как государства, так и личности (Человек и закон. 2018. № 3. С. 43).

Интересно отметить, что журналисты могут заниматься правовым просвещением и расширением соответствующих фоновых знаний адресата не только в традиционных жанрах текстов СМИ, но и становясь авторами научно-популярных книг о праве. Например, в своей книге «Правоведение для всех» журналист А. А. Русакович, имеющий также юридическое образование, доступным языком рассказывает читателям о государственном устройстве нашей страны, законодательной и судебной системах, используя широкий арсенал стилистических средств, а также многочисленные аллюзии к прецедентным текстам / персоналиям. По нашим наблюдениям, гипотетическое сопротивление адресата принятию новой информации в свою картину мира преодолевается автором, во-первых, посредством отождествления себя не с представителем науки или института права, а с рядовыми гражданами, а во-вторых, при помощи приёма диалогизации, стимулирующего ответную реакцию адресата. По мнению ряда исследователей¹⁴⁹, феномен диалогизации характерен для современного медийного дискурса, и выражается во «введении эксплицитного диалога в дискурсы, ранее не предполагавшие диалоговый формат»¹⁵⁰. Рассмотрим некоторые примеры:

*Почему же так произошло? Чтобы понять это, нужно сравнить жизнь примитивного общества и современную цивилизацию*¹⁵¹.

¹⁴⁹ Дускаева Л. Р. О жанровых текстовых категориях // Жанры речи. 2016. № 2(14). С. 25–32.; Кайда Л. Г. Диалог «читатель – автор»: стилистическая концепция // Мысль. Текст. Стиль: сб. науч. ст. / Под ред. Л. Р. Дускаевой, В. И. Конькова. СПб., 2011. С. 82–91.

¹⁵⁰ Пром Н. А. Диалогизация дискурса и жанра в медиа // Жанры речи. 2022. Т. 17. № 2 (34). С. 148.

¹⁵¹ Русакович А. А. Правоведение для всех. М., 2017. С. 177.

*Закономерный вопрос – для чего в этой ситуации нужен роспуск Госдумы и новые выборы? Зачем президент вообще спрашивает согласие Госдумы, если это несогласие ведет к ее роспуску?*¹⁵²

Диалогичность общения может заключаться и в намеренно-провокативных утверждениях, вводимых журналистом с целью вызвать реакцию (согласие / несогласие) адресата путем столкновения позиций. Например, А. Русакович, зачастую противопоставляет свою позицию (как защитника интересов простых граждан) официальной политике государства. К сожалению, в таком случае популяризация права начинает подменяться политизацией, а неискушенный в правовых вопросах адресат может воспринимать субъективное мнение журналиста в научно-популярном тексте книги как объективное знание. Приведем такие примеры:

*Отсюда вывод – нужно хорошо знать законодательство, особенно если вы живете в России. Преступлением у нас может оказаться деяние, которое с точки зрения здравомыслящего человека не представляет никакой общественной опасности*¹⁵³.

*Однако с начала 2000-х гг. Россия постепенно избавилась от демократических элементов. Законы о выборах теперь позволяют отказать в регистрации любому неудобному кандидату, а законы о политических партиях – ликвидировать любую партию. В Уголовном кодексе размножились каучуковые нормы, которые позволяют наказывать граждан за выражение своего мнения. Таким образом, Россия стала полностью авторитарным государством с рядом процедур, которые формально похожи на выборы, но фактически не имеют никакого значения*¹⁵⁴.

Выводы

Таким образом, проведенное исследование показало значительную роль журналистов в популяризации права и повышении уровня правовой грамотности граждан нашей страны. Правовое просвещение осуществляется эксплицитно и имплицитно в самых разных журналистских жанрах – комментариях, интервью, журналистских расследованиях, реферативных изложениях исторических сведений, тематических обзорах и даже в жанре научно-популярной книги правовой тематики под авторством профессионального журналиста. Потенциальное сопротивление адресата новому знанию может успешно преодолеваться посредством диалогизации общения как за счет введения журналистом в текст эксплицитных диалогических элементов (вопросно-ответных комплексов, риторических вопросов), так и за счет провокативных утверждений, вызывающих эмоциональный отклик, что способствует переходу научных знаний в наивную картину мира адресата. Осуществляя правовое просвещение

¹⁵² Там же. С. 195.

¹⁵³ Русакович А. А. Правоведение для всех. М., 2017. С. 102.

¹⁵⁴ Там же. С. 220.

граждан (в особенности, в жанре научно-популярной книги), журналист должен стремиться к объективности и минимальной политизации текста, чтобы не отойти от решения подлинных задач научно-популярной журналистики.

ЛИТЕРАТУРА

Абрамов Р. Н. Профессионализация научной журналистики в России: сообщество, знание, медиа // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2014. № 1(25). С. 111–123.

Барканова Е. В. Популяризация истории как медийная проблема // Ученые записки Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2015. № 2. С. 1–4.

Борбат А., Александрова О. На основе архивных документов // Человек и закон. 2017. № 1. С. 55–60.

Бушманов И. Защитники веры // Человек и закон. 2022. № 9. С. 31–34.

В Самаре открыто уголовное дело из-за массового отравления в кадетском корпусе МВД РФ. URL: <https://newizv.ru/news/incident/23-05-2022/v-samare-otkryto-ugolovnoe-delo-iz-za-massovogo-otravleniya-v-kadetskom-korpuse-mvd-rf>. Дата обращения: 02.06.2022.

Гуторова Н. А. Взаимодействие расследовательской и научной журналистики при создании медиатекстов // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2019. Т. 16(1). С. 66–74.

Дускаева Л. Р. О жанровых текстовых категориях // Жанры речи. 2016. № 2(14). С. 25–32.

Ефремова Т. Ф. Толковый онлайн-словарь русского языка. URL: <https://lexicography.online/explanatory/efremova>. Дата обращения: 25.08.2022.

Игнатова О. Кур и кроликов разрешено разводить на дачных участках // РГ. 21.07.2022. № 159(8807). С. 4.

Кайда Л. Г. Диалог «читатель – автор»: стилистическая концепция // Мысль. Текст. Стил: сб. науч. ст. / Под ред. Л. Р. Дускаевой, В. И. Конькова. СПб.: СПбГУ. 2011. С. 82–91.

Кряженков А., Малютина Т. Тайна Калинова яра // Человек и закон. 2022. № 9. С. 35–42.

Петров И. Россияне не смогут скрыть уголовное прошлое, даже если дело было закрыто. URL: <https://rg.ru/2016/01/19/dela-site.html>. Дата обращения: 11.06.2022.

Потапов Ю. А. Правовая грамотность журналиста: постановка проблемы и пути решения // Журналистика XXI века: в координатах исторического времени: матер. междунар. научно-практической конференции. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2018. С. 258–264.

Пром Н. А. Диалогизация дискурса и жанра в медиа // Жанры речи. 2022. Т. 17. № 2 (34). С. 146–155.

Русакович А. А. Правоведение для всех. М.: Издатель Русакович А. А., 2017.

Силанова М. А. Медиатизация юридических терминов в дискурсе современных СМИ: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016.

Соцуоро Л. В. Неофициальное толкование норм российского права // Социальные и гуманитарные науки: Государство и право. 1997. С. 19–22.

Терецук Н. Лучшая защита – это защита законом // Человек и закон. 2018. № 3. С. 43–46.

Репрезентация экспертного мнения в новостном научно-популярном медиатексте¹⁵⁵

В настоящее время исследователи всё чаще говорят о специфичности научно-популярной коммуникации, которая традиционно рассматривается как особая разновидность в рамках научного стиля¹⁵⁶, выделяемая на основании дополнительной интенции – популяризации научного знания для широкой аудитории¹⁵⁷. Ориентация на широкую аудиторию неспециалистов приводит к трансформации научной речи, для которой характерны объективность, отвлечение от конкретного и случайного, логическая доказательность и последовательность изложения¹⁵⁸. Трансформация научного стиля в медиасреде затрагивает как его языковые (использование терминологии, средств словесной образности, экспрессии и проч.)¹⁵⁹, так и текстовые особенности (сочетание информирования и воздействия, характерное для публицистического стиля). Ученые связывают «гибридизацию» научно-популярных текстов со стремлением удержать внимание массового адресата, что проявляется в некоторой демократизации, сближении с разговорным стилем, понятным аудитории¹⁶⁰.

Причину таких изменений можно увидеть в особой природе диалогических отношений¹⁶¹, складывающихся между субъектами научно-популярной коммуникации, а также в особой интенциональности. Субъекты научно-популярной коммуникации взаимодействуют «уже не столько по поводу науки, сколько по поводу того, что когда-то было научным знанием. То есть, по поводу популярной интерпретации знаний»¹⁶². Ученый при этом выступает как носитель «образовательных ценностей»¹⁶³, эксперт, мнение

¹⁵⁵ Исследование подготовлено при поддержке гранта РНФ 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакommunikации».

¹⁵⁶ Кожина М. Н. О специфике художественной и научной речи в аспекте функциональной стилистики. Пермь, 1966; Кожина М. Н. О диалогичности письменной научной речи. Пермь, 1979.

¹⁵⁷ Кириченко Н. В. Научно-популярный подстиль // Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М. Н. Кожинной. М., 2011. С. 236–242.

¹⁵⁸ Кожина М. Н. Научный стиль // Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М. Н. Кожинной. М., 2011. С. 242.

¹⁵⁹ См. напр.: Позднякова Н. В. Метафора в научно-популярном стиле: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 1995; Уткина Т. И. Метафора в научно-популярном медицинском дискурсе: семиотический, когнитивно-коммуникативный, прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2006.

¹⁶⁰ См. напр.: Воронцова Т. А. Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2014. № 6(335). С. 38–42.

¹⁶¹ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. СПб., 2012.

¹⁶² Ваганов А. Г. Ученые и журналисты: проблемы коммуникации // Наука. Инновации. Образование. 2016. Т. 11. № 2. С. 54.

¹⁶³ Там же.

которого подвергается интерпретации в научно-популярном медиатексте. Наиболее ярко взаимодействие смысловых позиций проявляется в новостной коммуникации, где научные факты, которые транслирует аудитории журналист, подвергаются авторской оценке, ставя под сомнение или, наоборот, утверждая новое научное знание.

Таким образом, особая диалогичность научно-популярной коммуникации проявляется во взаимодействии нескольких смысловых позиций:

– ученый (ОН) как автор научного открытия и носитель экспертного мнения передает научное знание через специализированные источники (научные журналы, монографии, доклады на конференциях и проч.);

– журналист (Я) адаптирует полученное от ученого научное знание для восприятия массовой аудиторией;

– адресат (Вы), как правило, неспециалист, получает научное знание опосредованно через текст, тем самым его принимая или отвергая.

Таким образом, журналист, передавая научные факты, становится медиатором между научным сообществом и массовой аудиторией. В новостных научно-популярных текстах, направленных на расширение бытовых, профессиональных и специализированных знаний аудитории, новое знание вступает в полемику с привычным, общепринятым, знакомым – тем, которое принадлежит эксперту, определяемому как «специалист, дающий заключение при рассмотрении какого-л. вопроса»¹⁶⁴. Экспертное мнение и становится в медиатексте основным способом трансляции нового знания.

В качестве материала для анализа нами были выбраны новостные научно-популярные тексты, опубликованные в специализированном журнале «Наука и жизнь»¹⁶⁵ (рубрики «Новости» и «Факт дня», 37 текстов) и в массовом издании «Комсомольская правда»¹⁶⁶ (рубрика «Наука», 87 текстов) в июне 2022 года. Выбор материала обусловлен, с одной стороны, популярностью данных медиаресурсов в своем сегменте, их массовостью и авторитетностью¹⁶⁷, с другой – аудиторной направленностью, позволяющей выявить закономерности обращения к чужой речи при передаче нового знания широкому кругу неспециалистов.

¹⁶⁴ Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. М., 1999.

¹⁶⁵ Наука и жизнь. URL: <https://www.nkj.ru>.

¹⁶⁶ Комсомольская правда. Рубрика «Наука». URL: <https://www.kp.ru/daily/science>.

¹⁶⁷ «Наука и жизнь» является одним из старейших научно-популярных изданий России (идается с 1890 г.). URL: <https://www.nkj.ru/about>. «Комсомольская правда» входит в список самых цитируемых российских медиа (по данным «Медиагогии»). URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/11564/#gazeti>.

В методическом плане мы опираемся на понятие коммуникативного сценария как речевой последовательности, создание которой обусловлено интенционально и отражает порядок реализации главной интенции через дополнительные¹⁶⁸. Для репрезентации нового научного знания выстраивается устойчивая композиционная форма медиатекста, включающая три смысловых блока: 1) введение нового научного знания; 2) знакомство с научным знанием: передача последовательности действий при проведении научного исследования, сообщение об авторе(ах), раскрытие закономерностей исследования, освещение проблемных аспектов и т. д.; 3) оценка истинности / целесообразности нового научного знания.

Отметим, что, информируя своего адресата о новых фактах науки и техники, журналист выступает субъектом возражения: его задача – дать оценку новому знанию через сопоставление с известным ранее. Само же возражение становится способом изменить представление адресата об окружающей действительности: журналист, предлагая читателю новые научные сведения, перечеркивает или отодвигает на второй план бытовые, фрагментарные, представления о фактах действительности, оспаривая их истинность или целесообразность. Поскольку научное знание, как правило, является авторизованным, важным становится изучение специфики репрезентации чужой речи в научно-популярном медиатексте.

Анализ показывает, что модальность текста определяется той оценкой, что научное знание, носителем которого является ученый (эксперт), получает от журналиста при передаче массовой аудитории. Выстраивается коммуникация ОН – Я – ВЫ, где журналист (Я) дает оценку информации, полученной от эксперта-ученого (ОН), учитывая аудиторную специфику восприятия информации (ВЫ). Основными типами модальности становятся утверждение нового знания, сомнение в его истинности или целесообразности, а также отрицание истинности или целесообразности нового научного факта. Выявим особенности передачи экспертного мнения в каждом случае.

Утверждение нового знания

Когда новые научные факты, транслируемые в медиатексте, получают одобрение журналиста, экспертное мнение используется, как правило, для пояснения или уточнения авторской позиции. Транслируя новое, журналист вступает в полемику со старым, привлекая для этого авторитетные источники

¹⁶⁸ Дускаева Л. Р. Интенциональность речевой деятельности журналиста: онтология и структура. Вестник СПбГУ. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2012. № 2. С. 253–260.

информирования. Рассмотрим конкретный пример (Любовь с первого взгляда: 2 минуты на размышление. КП. 03.06.2022).

В первом смысловом блоке – при **введении нового знания** – появляется отсылка к профессиональному статусу экспертов через использование номинации *ученые*: *Любовь с первого взгляда: 2 минуты на размышление. Ученые определили время, спустя которое вспыхивают сильные романтические чувства.*

В дальнейшем – по мере **знакомства с научным исследованием** – наблюдается конкретизация обобщенной номинации: используются официальные номинации ученых по национальности, месту работы и характеру деятельности (*экспериментаторы*):

Время, которое требуется мозгу или чему там еще на то, чтобы удостовериться в своем внезапном выборе, экспериментально установили ученые Еврейского университета в Иерусалиме (Hebrew University of Jerusalem – HU). ... Экспериментаторы набрали добровольцев среди студентов – 16 мужчин и 16 женщин, озабоченных поисками партнеров и устроили им десятки свиданий. ... Жесты добровольцев и датчики, которыми те были обвешены, указали израильтянам, ведомым доктором Широй Ацзил (Dr Shir Atzil), и влюбившихся, и время, затраченное на феномен.

По той же схеме вводится поддерживающее основную гипотезу экспертное мнение другой исследовательской группы, что свидетельствует о формировании устойчивой модели:

Работая по схожей методике, аналогичные результаты – в смысле существования феномена – получили недавно психологи из Университета Мердока в Австралии (Murdoch University, Australia) вместе со своими коллегами из США (Psychology Department, University of Colorado) и Чехии (Charles University, Czech Republic).

Важной особенностью утверждения нового знания является опора на известное: оно воспринимается как фундамент, на котором вырастает научное исследование. Об этом свидетельствует точность (даже некоторая скрупулезность) авторизации предшествующих исследований через развернутые номинации ученых и упоминание источника информации:

Убедительные и весьма объективные – физиологические – признаки того, что вот-вот «любовь нечаянно нагрянет», есть. Их в свое время выявили голландские психологи, которыми руководила Элиска Прохазкова (Eliska Prochazkova) из Лейденского университета (Institute of Psychology, Cognitive Psychology Unit, Leiden University, Netherlands). О чем сообщили в журнале Nature Human Behaviour.

Оценка транслируемого научного факта в третьем смысловом блоке текста лишь убеждает адресата в достоверности нового знания: *Отсюда и вывод, который экспериментаторы изложили в журнале Evolution and Human Behavior: любовь с первого взгляда просто обязана поражать*

мужчин чаще, чем женщин. Не исключено даже, что она – такая любовь – благодаря мужчинам и существует. Новый факт, подтвержденный исследованиями специалистов, расширяет бытовое, «наивное», представление о научной проблеме, заменяя его авторитетными данными. В связи с этим обращение к эксперту-ученому как носителю представлений о фрагменте реальности направлено на то, чтобы убедить адресата принять новую информацию как достоверную, соответствующую истине.

Сомнение в истинности / целесообразности нового знания

Автор научно-популярного текста, выступая посредником между ученым и массовой аудиторией, далеко не всегда остается беспристрастным при передаче научного знания. Сравнивая новое и старое, журналист зачастую ставит под сомнение исследования, факты, обобщения. Сомнение как «неуверенность, колебание в том, следует ли принимать в качестве истинного или правильного какое-то утверждение или систему утверждений»¹⁶⁹ вплетается в каждый смысловой блок медиатекста, отражая авторское отношение к излагаемым сведениям. Покажем это на примере (Спать лучше вместе, чем поодиночке. Наука и жизнь. 14.06.2022).

Сомнение присутствует уже **в первом смысловом блоке**, на что указывает условная конструкция в сочетании с модальным словом с семантикой уверенности: *Спать лучше вместе, чем поодиночке. От совместного сна чувствуешь себя лучше – если, конечно, спишь не с детьми.* Автор показывает, что к полученным сведениям нужно подходить избирательно. Помещая научные данные в бытовую среду, автор наглядно демонстрирует, как может изменить ситуацию учет / игнорирование отдельных аспектов проблемы.

При **детализации научного знания** ставятся под сомнение не сами данные, а полнота и непротиворечивость их представления. В отличие от репрезентации утверждения, рассмотренного выше, здесь эксперт вводится метонимически (*говорят разные исследования*), а также обобщенными номинациями, которые указывают в большинстве случаев на принадлежность к научному сообществу в целом, а не на конкретных его представителей (*ученые, исследователи, авторы* и др.):

В пользу этого говорят разные исследования, в которых людей просили поспать – вместе или порознь – в лаборатории, одновременно измеряя у них качество сна. ... Но вот сотрудники из Аризонского университета пишут в журнале Sleep, что совместный сон может быть даже лучше, чем сон поодиночке. Исследователи опирались не на собственный лабораторный эксперимент, а на данные большого проекта, посвящённого

¹⁶⁹ Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А. А. Ивина. М., 2004.

сну, в котором участвовали более тысячи человек трудоспособного возраста. ... Действительно, **оказалось**, что у тех, кто спит не один, чаще случаются бессонницы, они чаще стрессируют и вообще у них чаще ухудшается психическое самочувствие – но в том случае, если спать вместе с ребёнком. ... **Авторы работы** предполагают, что дело может быть в ощущении близости.

Данные, полученные из научных источников, в тексте сравниваются между собой, сопоставляются с известным и подвергаются оценке, которая высвечивает истинность / противоречивость научного знания. Маркерами возражения становятся:

– противительные союзы: **Но** вот сотрудники из Аризонского университета пишут в журнале *Sleep*, что совместный сон может быть даже лучше, чем сон поодиночке; **Впрочем**, действительно ли подобные архаичные соображения имеют значение для спящего мозга, нужно выяснять в следующих исследованиях;

– метатекстовые элементы (иными словами, действительно, с одной стороны, с другой стороны и проч.), демонстрирующие авторскую рефлексию;

– вводные слова и конструкции, передающие внезапность возникновения идеи, отсутствие ее научного подкрепления: **Действительно, оказалось**, что у тех, кто спит не один, чаще случаются бессонницы, они чаще стрессируют **и вообще** у них чаще ухудшается психическое самочувствие – **но** в том случае, **если** спать вместе с ребёнком; **С одной стороны, кажется**, мы уже давно избавлены от необходимости спать вместе, чтобы в случае чего отразить нападение врага всем племенем – мир вокруг нас **уже давно** не тот;

– каузативные конструкции: **Если** мы спим вместе, **то** мы лучше защищены от опасности, а вот **если** спишь один, **то** кто его знает, переживёшь ли ты эту ночь.

В третьем смысловом блоке сомнение усиливается за счет введения утилитарной оценки: **Если** вернуться к совместному сну, **то** стоит всё же уточнить, что **далеко не для всех** «чувство локтя» во сне помогает хорошо спать: **многим людям важнее** поспать без перетягивания одеяла и чьего-то сопения над ухом, нежели ощущать всю ночь присутствие соплеменника.

Таким образом, сомнение в тексте выступает как возражение против недостоверности или неполноты информации, что подчеркивается, в первую очередь, обобщенностью авторизации и демонстрацией противоречий, выявленных во время знакомства с исследованием.

Отрицание нового знания / его целесообразности

Отрицание отличается от сомнения характером возражения: если сомнение строится на сопоставлении некоторых фактов действительности, то отрицание – на противоречии: между новым и старым, бытовым и научно обоснованным, привычным и незнакомым. Журналист, отрицающий значимость нового знания, стремится обесценить его в глазах читателя, в связи с чем различными способами уменьшает экспертность полученной информации. Особенно заметным это становится при сопоставлении научных данных и повседневности. Продемонстрируем на примере (Ученые нашли в чайных пакетиках жуткие вещи. КП. 22.06.2022).

В первом блоке информации научное знание преподносится на фоне бытовой ситуации: *Ученые нашли в чайных пакетиках жуткие вещи. Когда пьете любимый напиток, в вас входит ДНК насекомых.* Сопоставление обыденного знания (*чайные пакетики*), усиленное использованием оценочного контекстуального синонима (*любимый напиток*) на контрасте с научной терминологией (*ДНК насекомых*), доводится до абсурда, в связи с чем становится очевидным, как к транслируемому знанию относится автор текста (*жуткие вещи*). Для репрезентации экспертов используется обобщенная номинация *ученые*.

В процессе знакомства с научным знанием наблюдается частотность вопросно-ответных комплексов, имитирующих общение автора не только со своим читателем (Я – ВБ), но и с учеными (Я – ОН), а также с самим собой (Я1 – Я2). Журналист будто уточняет данные, пытаясь понять суть научного исследования, проведенного учеными: *Как ДНК туда попала? Да очень просто; И что же теперь? Едите свеклу, картошку – и там ДНК всяких подземных мышей и тротов? Да. Просто смиритесь с этим.*

Уточняющая номинация экспертов – *исследователи из Университета Трира* – служит для идентификации исследования как имеющего отношение к науке. Для поддержания видимости достоверности также привлекается прямая речь, принадлежащая случайному исследователю:

«Что меня действительно удивило, так это большое разнообразие, которое мы обнаружили. Мы взяли один пакетик чая и из 100 миллиграммов высушенного растительного материала мы выделили до 400 видов насекомых. Причина, вероятно, в том, что этот чай перемолот в относительно мелкий порошок. Таким образом, это ДНК со всех частей чайной плантации», говорит соавтор исследования Генрик Кренвинкель.

При этом текст строится на контрастах: между возможностью / невозможностью, целесообразностью / нецелесообразностью, научной / бытовой сферами жизнедеятельности. Контрастность подчеркивается общеупотребительностью используемой в тексте лексики (*чайный лист,*

свекла, картошка, супермаркет и мн. др.), а также формированием несвойственной для научно-популярного текста комической модальной рамки. Таким образом, отрицание научного знания проявляется через юмор: *Присел комарик на чайный лист, поточил свое жало, и полетел дальше. А ДНК оставил.*

Несовпадение интратекста и метатекста высказываний¹⁷⁰ отчетливо заметно и в **третьем смысловом блоке** текста: *Интересная задача. А **пить чай или не пить, решать вам (пить, конечно).*** Здесь содержится имплицитно выраженная телеологическая оценка научного знания, а журналист, как его транслятор, направляет читателя, формируя модальную рамку медиатекста.

Выводы

Гибридность научно-популярной коммуникации объясняется особой природой диалогических отношений, выстраиваемых между ее субъектами. Первоисточником информации становится ученый (ОН), выступающий в роли эксперта, который передает новое научное знание целевой аудитории (ВЫ). Роль медиатора (Я) между ученым и адресатом примеряет на себя журналист, адаптируя научное знание, транслируя его как полемичное общепринятому, подчеркивая его фрагментарность или полноту. Важность приобретает трансляция экспертного мнения, облекаемая в медиатекстах в форму возражения, сопровождаемого определенной текстовой модальностью. Основными видами модальности становятся утверждение нового знания, сомнение в его истинности / целесообразности, отрицание истинности / целесообразности нового научного факта.

Для репрезентации в научно-популярном медиатексте нового научного знания выстраивается устойчивая композиционная форма, включающая три смысловых блока: введение нового научного знания – детализация научного знания – оценка его истинности / целесообразности. Авторская оценка вплетается в каждый композиционный блок, формируя особую модальную рамку научно-популярных медиатекстов.

Так, особенностью утверждения нового знания становится одобрение полученных из экспертных источников научных фактов, сама информация же при этом направлена на убеждение адресата принять транслируемую информацию как достоверную. Для формирования модальной рамки уверенности в тексте используются средства, указывающие на авторитетность источника информации: специальные номинации, речевые средства авторизации и др.

¹⁷⁰ Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2018.

Сомнение, напротив, воспринимается как авторская неуверенность в истинности транслируемого знания, что находит отражение в использовании языковых средств, которые передают семантику возражения против недостоверности или неполноты информации: метонимические номинации, сравнительно-сопоставительные и условные конструкции, модальные слова с семантикой неуверенности, противительные союзы и др.

Отрицание направлено на обесценивание научного знания и его значимости. Возражение в текстах выстраивается на противоречии между знанием бытовым и научным, в связи с чем активизируются языковые средства, придающие речи контрастность: столкновение нейтральной и научной лексики, привлечение комических средств языка, переосмысление известных понятий, метатекстовые элементы и др.

ЛИТЕРАТУРА

Ваганов А. Г. Ученые и журналисты: проблемы коммуникации // Наука. Инновации. Образование. 2016. Т. 11. № 2. С. 48–60.

Воронцова Т. А. Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2014. № 6(335). С. 38–42.

Дускаева Л. П. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. СПб., 2012.

Дускаева Л. П. Интенциональность речевой деятельности журналиста: онтология и структура. Вестник СПбГУ. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2012. № 2. С. 253–260.

Дускаева Л. П. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2018.

Кириченко Н. В. Научно-популярный подстиль // Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2011. С. 236–242.

Кожина М. Н. Научный стиль // Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2011. С. 242–248.

Кожина М. Н. О диалогичности письменной научной речи. Пермь, 1979.

Кожина М. Н. О специфике художественной и научной речи в аспекте функциональной стилистики. Пермь, 1966.

Позднякова Н. В. Метафора в научно-популярном стиле: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 1995.

Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.

Уткина Т. И. Метафора в научно-популярном медицинском дискурсе: семантический, когнитивно-коммуникативный, прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2006.

Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А. А. Ивина. М., 2004.

Бифуркация научных коммуникаций в условиях санкционного давления

С февраля 2022 года российские научно-исследовательские институты и российские ученые подвергаются остракизму со стороны международного научного сообщества. Приостановлено участие российских университетов в международных проектах. Российские научные журналы запрещены для включения в мировые индексы цитирования Web of Science и Scopus. Очевидны риски того, что в ближайшем будущем мы столкнёмся с проблемой верификации научных трудов в мировых рейтингах.

Международное сотрудничество является неотъемлемой частью и главным драйвером исследовательского процесса на персональном и коллективном уровнях, а научные достижения и исследования по определению являются мировым достоянием. Отмена российской науки имеет реакционный и разрушительный характер.

Россия недавно прекратила свое участие в проекте МКС [Российский сегмент международной космической станции] после 2024 года, ЦЕРН [Европейская организация по ядерным исследованиям] больше не будет разрешать российским институтам участвовать в экспериментах на коллайдере после истечения срока действия его контрактов с Россией в том же году. Более того, Европейское космическое агентство исключило Россию из своего запланированного проекта марсохода ExoMars, осознавая многолетние задержки, которые, вероятно, возникнут в связи с этим решением. И, несмотря на усилия России в поддержку проекта European XFEL [Европейский рентгеновский лазер на свободных электронах] в Германии, который открыл новые возможности для исследований в области материаловедения, биологии и физики, ученые и учреждения, базирующиеся в России, не могут (по крайней мере, на данный момент) выполнять новые задачи, эксперименты на этом объекте.

Научные исследования, основанные на международных коллаборациях, продвинулись до такой степени, что крупные и дорогостоящие международные проекты являются единственным способом раздвинуть границы во многих дисциплинах. У отдельных стран больше нет достаточных финансовых и интеллектуальных ресурсов, чтобы заниматься наукой в одностороннем порядке. Нынешний отход России от участия в этих крупных проектах может ограничить научный прогресс, а также ухудшить международные отношения в более широком смысле.

Представление о научном сообществе было введено Р. Мертоном¹⁷¹, а затем дополнено в работах Т. Куна¹⁷² и Н. Сторера¹⁷³. Научное сообщество ответственно за целостность науки как вида деятельности и ее эффективное функционирование, несмотря на то, что профессионалы рассредоточены в пространстве и работают в различном общественном, культурном и организационном окружении¹⁷⁴.

В «Философском энциклопедическом словаре» под научной коммуникацией понимается функциональная подсистема в рамках системы движения научной информации. Научная коммуникация может проявляться в ряде форм: общении членов одного коллектива или в рамках «невидимого колледжа», соавторство, передача информации специалистам из других областей, популяризация, трансляция знаний в инженерно-прикладную сферу для практического использования¹⁷⁵.

Для мыслителей, акцентирующих влияние общества на науку, характерно понимание науки не как объективной формы познания, лишенной субъективных ценностно-целевых установок, а наоборот на ее ангажированности и вовлеченности в социально-политические, властные отношения. Соответственно, с этой точки зрения научная коммуникация тесно обуславливается интересами отдельных групп (в том числе научных коллективов), которые не имеют непосредственного отношения к познанию, а скорее лежат в экономической или политической плоскости. Представители так называемой Штарнбергской группы (Г. Беме¹⁷⁶, В. Деле, В. Шефер¹⁷⁷) эту тенденцию увеличения значимости экономических, социальных и политических целей называют финализацией науки¹⁷⁸.

В 2019 г. число российских публикаций, индексируемых в Web of Science Core Collection (WoS CC), достигло рекордного значения – 86,6 тыс., что в два раза больше аналогичного значения 2010 г. Позитивным трендом было увеличение количества российских ученых, включенных в международное сотрудничество. Число научных публикаций авторов из

¹⁷¹ Merton R. K. The Institutional Imperatives of Science // *Sociology of Science* / Ed. B. Barnes. L.: Penguin Books, 1972. Pp. 65–79; Merton R. K. *The Sociology of Science*. Chicago: Chicago University Press, 1973. Pp. 267–278.

¹⁷² Kuhn T. S. *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.

¹⁷³ Storer N. W. *The social system of science*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1966.

¹⁷⁴ Научное сообщество // Электронная библиотека ИФ РАН. URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH019bddfc061e82a099a2579b>. Дата обращения: 26.08.2022.

¹⁷⁵ Научная коммуникация // *Философский энциклопедический словарь* / гл. ред. Л. Ф. Ильичев. С. 268.

¹⁷⁶ Bohme G., van den Daele W., Krohn W. Finalisierung der Wissenschaft // *Zeitschrift fur Soziologie*. 1973. № 2. S. 128–144.

¹⁷⁷ Schafer W. Normative Finalisierung: Eine Perspektive // *Starnberger Studien I*. 1978.

¹⁷⁸ Федотова В. Г. Штарнбергская группа (ФРГ) о закономерностях развития науки // *Вопр. философии*. 1984. № 3. С. 125–133.

России, подготовленных в соавторстве с зарубежными партнерами, в 2019 г. достигло 24,9 тыс. (по данным базы Scopus), среди которых партнерами российских ученых были ученые из США (5,3 тыс. совместных публикаций), Германии (5,1 тыс.), Франции (3,1 тыс.), Китая (3,0 тыс.), Великобритании (2,9 тыс.)¹⁷⁹.

Компания Clarivate, которая является собственником базы данных цитирования Web of Science (WoS) и публикует ежегодные отчеты о цитировании журналов (JCR), приостановила индексацию новых журналов из России, а востребованность научного журнала, как известно, определяется его включением в коллекцию соответствующего уровня Web of Science. Публикации, индексируемые Clarivate, определяют перспективные направления развития научных исследований и их фондирование в мировых рейтингах. Это один из серьезных вызовов, с которыми столкнутся российские исследователи.

Еще более влиятельным является JCR, который каждый год публикует список наиболее влиятельных журналов на основании импакт-фактора журнала (JIF). JIF широко используется Министерством науки и образования и другими финансирующими агентствами для оценки эффективности академических институтов, исследовательских групп и отдельных исследователей. Исключение российских журналов из этой системы приведет к изоляции российского исследовательского сообществ. В силу обозначенных причин самым оптимальным средством продвижения научной мысли становится медийная цифровая среда, которая осталась едва ли не единственным средством продвижения научной мысли и научных школ.

В отечественном научном дискурсе понятия «медиапространство», «медиасреда», «медиаполе», «медиафера» возникли относительно недавно и не приобрели более или менее отчетливой дефиниции, поэтому используются чаще всего в качестве синонимов. По мнению В. А. Филипповой, в последние годы изменился и продолжает изменяться характер современной медиасферы и ключевые характеристики формирования политической повестки дня в условиях медиатизации политики. Формирование параллельных информационных потоков со стороны новых медиа, представителей гражданской журналистики, личных аккаунтов лидеров мнений в социальных сетях изменяют роль СМИ в процессе создания общенациональной и локальной повестки дня. Имеет

¹⁷⁹ Гохберг Л. М. Научно-технологическая политика России в условиях постпандемии: поиск новых решений: докл. к XXII Апр. междунар. научн. конф. по проблемам развития экономики и общества. М., 2021. С. 23.

место гибридная медиасистема, и это меняет сам характер формирования политической повестки дня. Появляются новые акторы и инструменты¹⁸⁰.

Разрушение сложившейся экосистемы оценки результатов научной деятельности, а значит и системы параметров, которыми руководствовались отечественные институты развития и органы государственной власти при принятии решений о предпочтениях и/или финансовой поддержке тех или иных научных коллективов **требует создания новой системы продвижения научных трудов в цифровом обществе.**

Одним из апробированных и эффективных способов является популяризация результатов исследований и экспертного мнения ученого на специализированных электронных платформах и публикация экспертного мнения в СМИ.

Среди наиболее востребованных альтернативных каналов передачи научных знаний – традиционные СМИ (печатные и вещательные); участие в мероприятиях или личное взаимодействие (публичные лекции, дебаты, выступления в научных центрах, музеях и др.), онлайн-взаимодействие (онлайн-журналистика, публикации на интернет-сайтах, в блогах, социальных сетях и т. д.). Необходимо отметить, что социальные сети являются для ученых мощным инструментом повышения профессионального статуса в медиaprостранстве. Анализ данных и их преобразование в знания становится осью медийной активности. В настоящее время стратегическая миссия средств массовой информации – это информация об информации: информационная разведка, интерпретация, фильтрация и поиск в сочетании с вызовом новых интерактивных мультимедийных нарративов и доставкой по широкому кругу каналов¹⁸¹.

И хотя сегодня наблюдается обесценивание экспертной оценки, спровоцированное социальными сетями, Wikipedia, блогами, спрос на мнения экспертов весьма высок (2020 Edelman Trust Barometer Special Report) и имеет тенденцию к росту в ситуации неопределенности. Использование экспертом терминологии той сферы, в которой он является признанным авторитетом, без выражения каких-либо эмоциональных оценок по поводу существующего положения дел, производит убеждающий эффект на массового получателя, что является весьма ценным инструментом управления общественным мнением.

¹⁸⁰ Филиппова В. А. Формирование политической повестки дня в современных медиасферах (на примере России и Бразилии 2010-2014 гг.): дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2016. С. 36.

¹⁸¹ Orihuela J. The 10 new paradigms of communication in the digital age // Medium. 06.11.2017. URL: <https://medium.com/@jlori/the-10-new-paradigms-of-communication-in-the-digital-age-7b7cc9cb4bfb>. Дата обращения: 26.08.2022.

Экспертное мнение академических исследователей становится весомым, если оно конкретизировано, имеет персонализацию, авторитетный источник и содержит точную информацию, которая экспертами передаётся с использованием узкоспециальной терминологии с дефинициями, статистическими данными, количественными и качественными характеристиками обсуждаемого феномена¹⁸². Одним из наиболее эффективных инструментов для продвижения экспертного мнения является его трансляция в виде адаптированного превью научной работы для СМИ или экспертного комментария.

Чтение традиционных текстов требует постоянного внимания, активной мыслительной деятельности. При наличии неисчислимого количества «более легких» массовых медиапродуктов чтение вытесняется на периферию и становится речевой деятельностью для узкого круга, что не способствует популяризации контента в научной среде. Медиатизация научной сферы, таким образом, становится триггером медийности ученого, а также стимулирует адаптацию научного контента к запросам массового потребителя. При попадании в медийную среду научная информация претерпевает трансформацию и подчиняется базовым принципам содержания аналитических статей в журналистике.¹⁸³ Научный медиаконтент характеризуется утилитаризацией смысла, оперативностью, визуальностью, индивидуализированностью, скоростью потребления.

Качественная трансформация научного контента в медиасреде удовлетворяет следующим условиям:

- сопоставление взглядов для представления взвешенной, сбалансированной позиции;
- лапидарность изложения;
- допустимость субъективной модальности;
- визуализация содержания.

Коммуникативный статус научных экспертов в медиасреде актуализируется в кризисных ситуациях. В период пандемии коронавируса резко возросла роль врачей-экспертов, профессионалов-вирусологов. В сложной политической ситуации мнение ученых воспринимается как наименее ангажированное.

Таким образом, продвижение принятого в академической, научной среде нейтрального, не зависящего от контекста и лишённого негативных

¹⁸² Butenko I. I., Telnova I. N. & Garazha V. V. Prospective Scientific Research Trend Identification Methods (Based on the Analysis of Gas Fuel-Related Publications). *Autom. Doc. Math. Linguist.* 2022. P. 11.

¹⁸³ Медведева С. М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // *Вестник МГИМО.* 2014. № 4 (37). С. 278–286.

коннотаций экспертного мнения в медиасреде может способствовать накоплению репутационного капитала ученого, потенциально повышать шансы на финансирование исследовательских проектов в медиасреде и стать альтернативной альтметрикой.

Исследователь Н. Н. Емельянова перечисляет вовлеченных стейкхолдеров, формирующих тематические блоки по научной проблематике в СМИ: государственные структуры, которые создают контент в связке государство-наука (в контексте управления, идеологии и имиджа); крупные коммерческие компании, которые формируют контент о собственных инновациях и технологиях; инвестиционные группы по стимулированию научных разработок, которые формируют механизмы и инструменты финансового-кредитного, бюджетного регулирования и проч.; общественные и некоммерческие организации, интересующиеся проблемами экологии и здоровья человека¹⁸⁴. Научное сообщество становится полноправным актором медиасреды, оно способно консолидированно влиять на формирование информационных потоков¹⁸⁵. Таким образом, подача научной информации позволяет говорить о феномене медиатизации: популяризация научных интересов привлекает дополнительные финансовые ресурсы для их реализации.

Качественное изменение принципов распространения и восприятия информации в медиасреде требует переосмысления подхода к эффективным коммуникациям, разработке технологий и инструментария для продвижения научного контента.

Научные PR-консультанты сегодня должны выполнять двойную функцию: выявлять авторитетные СМИ с наибольшей благоприятной конверсией для ученых с одной стороны, а с другой – способствовать росту качественного медиаконтента и популяризации научного знания.

Стоит отметить, что научная коммуникация в России в настоящее время асимметрична и направлена в основном на рефлексию реализованных научных проектов. Диалог, принципы «открытой науки» и вовлечение в научные коммуникации для продвижения исследований и стартапов проектов, создание научной репутации в цифровой среде сетевого общества еще не стали устойчивым трендом PR-технологий¹⁸⁶. Однако, использование «модели диалога», получение оперативного отклика от стейкхолдеров и

¹⁸⁴ Емельянова Н. Н. Научная информация в масс-медиа: специфика генерации и воспроизводства // *Философия науки и техники*. 2018. Т. 23. № 1. С. 128–140.

¹⁸⁵ Емельянова Н. Н. Научные коммуникации: к проблеме демаркации границ публичности // *Философская мысль*. 2014. № 11. С. 72–85.

¹⁸⁶ Быкова Е. В., Тельнова И. Н. The Scientist's Activity in Business Media. The Effect of Publicity // *IEEE Industrial Electronics Magazine*. 2019. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/8709648/metrics#metrics>. Дата обращения: 26.08.2022.

широкое обсуждение социальной значимости проекта позволило бы в будущем перейти к «модели участия» для того, чтобы научному проекту и авторскому коллективу на начальном этапе встроиться в повестку дня и приоритетные научные направления.

В ситуации изолированности российской науки, отсутствия понятных систем оценки результатов и ужесточение конкуренции за финансирование, **коммуникация с общественностью станет стратегической функцией большинства научных организаций.** Именно коммуникация определит деятельность организации в лице общественности, в том числе оправдывая затраты бюджетных средств на поддержание ее существования. Чтобы коммуникация стала эффективной, она должна будет стать двусторонней: ученым необходимо не только представлять результаты своих исследований, но и быть готовыми учитывать мнение и потребности общественности. Отечественные научно-популярные СМИ стали следовать зарубежным трендам, например, активно включая в себя такую модель подачи информации, как «инфотейнмент» (термин Н. Постмана¹⁸⁷), в котором мультимедийность, конвергентность, межплатформенность, интерактивность, кибержурналистика и социальные медиа – всего лишь способ упаковки смыслового содержимого и его доставки потребителю¹⁸⁸.

Университеты и научные институты, фонды, некоммерческие организации, музеи науки и технологий, медиаиндустрия задействованы в процессах трансляции и обмена научной информацией с общественными группами. Особенно эти изменения затрагивают интересы научно-исследовательских институтов и университетов, которые осознают значимость позиционирования научного потенциала для работы с целевыми аудиториями и достижения ключевых показателей эффективности и для представителей государственного сектора, различных фондов, предоставляющих финансирование и поддержку. И этот тренд всё более актуализируется.

Коммуникация в сфере науки сегодня должна предполагать симметричные коммуникации со стейкхолдерами научных проектов для обеспечения лояльности к проведению исследований. Для эффективного развития научной сферы необходима популяризация, которая способна обеспечить понимание значимости исследований заинтересованных сторон и оптимизацию доступа к информации о достижениях и открытиях.

¹⁸⁷ Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу // RELGA. 2007. №4. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?te>. Дата обращения: 26.08.2022.

¹⁸⁸ Петухова А. Что мы знаем о науке // Коммерсант. 23.04.2020. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/4329198>. Дата обращения: 26.08.2022.

Поддержка научной коммуникации и ее популяризации со стороны государственного сектора уже была формализована в связи с подписанием Стратегии научно-технологического развития в 2016 году¹⁸⁹. В документе прямо описана необходимость создания мер по реализации информационной политики, направленной на развитие технологической культуры, инновационной восприимчивости населения и популяризацию значимых результатов в области науки, технологии и инноваций, а также достижений выдающихся ученых и предпринимателей. Обозначенные пункты Стратегии предлагается осуществить, за счет привлечения общества к формированию запросов на результаты исследовательской деятельности, что можно считать призывом к формированию диалогичности. Можно отметить, что популяризация научных и технологических достижений отражена в миссии таких организаций, как Министерство образования и науки¹⁹⁰, Министерство культуры¹⁹¹, Министерство промышленности и торговли¹⁹², Министерство здравоохранения и Министерство экономического развития¹⁹³.

С 2025 г. баллы, начисляемые за статьи научно-педагогических работников вузов в зарубежных журналах, которые индексируются в международных базах данных Web of Science (WoS) и Scopus, в расчетах учитываться не будут. Баллы с 2025 г. будут начисляться только за статьи в научных журналах, включенных в перечень Высшей аттестационной комиссии (ВАК), говорится в проекте приказа Минобрнауки¹⁹⁴.

Согласно модели коммуникации Лассуэлла, ученый как субъект коммуникации должен представлять: кому может быть интересно его исследование, из каких источников будет производиться финансирование, где и когда будут опубликованы промежуточные и окончательные результаты. То есть необходим медиаплан по продвижению научного проекта, который включит продвижение в СМИ, а также информационные посеы и создание коммуникационных площадок в социальных сетях, подогрев общественного интереса к результатам исследования.

В обозначенных условиях возрастает роль научного коммуникатора, функционал которого определяется продвижением научного проекта.

¹⁸⁹ Указ Президента РФ от 1 декабря 2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации».

¹⁹⁰ Министерство образования и науки РФ. URL: <https://minobrnauki.gov.ru>. Дата обращения: 26.08.2022.

¹⁹¹ Министерство культуры РФ. URL: <https://www.mkrf.ru>. Дата обращения: 26.08.2022.

¹⁹² Министерство промышленности и торговли РФ. URL: <http://minpromtorg.gov.ru>. Дата обращения: 26.08.2022.

¹⁹³ Министерство экономического развития РФ. URL: <https://www.economy.gov.ru>. Дата обращения: 26.08.2022.

¹⁹⁴ Ведомости. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2022/08/18/936683>. Дата обращения: 26.08.2022.

Стратегия продюсирования научного проекта включает классическую цепочку взаимодействия при продюсировании бизнес-проектов¹⁹⁵. Производителем контента, подлежащего продвижению, выступает собственно научная организация или коллектив ученых, которые проводят научное исследование. В качестве дистрибьютера выступает команда, отвечающая за распространение публикаций с результатами исследования потребителю научного контента (внешним и внутренним стейкхолдерам). Продюсер (научный коммуникатор) прогнозирует на основе полученных аналитических записок, будет ли данный проект востребован на условном «рынке науки» и какова его эффективность для каждого сегмента целевой аудитории.

Ведущаяся в трёх направлениях коммуникационная деятельность позволяет добиться эффекта синергии, поскольку существует прямая зависимость между интересами научного сообщества, бизнеса, государства и общественности к научному проекту. Иными словами, каждый триггер «интересов» кратно усиливает следующий, что позволит добиться цикличности и в разы увеличить эффект продвижения научного проекта, способствует накоплению репутационного капитала ученого и научного института, привлекает инвесторов. На этапе постпродакшена научной статьи готовится медиаплан продвижения научной идеи в общественно-политических и деловых СМИ с целью привлечения потенциальных спонсоров для конкретного научного исследования, демонстрации социальной значимости научного проекта и популяризации научного знания широкой аудитории неспециалистов.

Выводы

Чтобы выбрать проекты для финансирования, руководителям, как подающим, так и принимающим заявки на гранты, необходимы данные о трендах научных направлений. Многочисленные научные организации для определения вектора приоритетной деятельности также нуждаются в этой информации, в связи с чем разработка качественного алгоритма для увеличения «веса» ученого становится всё более актуальной. Одной из наиболее эффективных стратегий продвижения ученого и его проектов в условиях геополитической турбулентности становится увеличение медиаактивности научного коллектива. Новые методики позволяют качественно и количественно оценить экспертное мнение того или иного ученого в медиасреде, продемонстрировать коммуникационную

¹⁹⁵ Telnova I., Bykova E. How a Scientific Communicator Transforms into a Producer of Scientific Projects // Conference: 2020 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS). April 2020.

эффективность позиционирования и разработать план продвижения конкретного исследования, ученого или научной организации в целом.

ЛИТЕРАТУРА

Гохберг Л. М. Научно-технологическая политика России в условиях постпандемии: поиск новых решений: докл. к XXII Апр. междунар. научн. конф. по проблемам развития экономики и общества. М., 2021.

Емельянова Н. Н. Научная информация в масс-медиа: специфика генерации и воспроизводства // Философия науки и техники. 2018. Т. 23. № 1.

Емельянова Н. Н. Научные коммуникации: к проблеме демаркации границ публичности // Философская мысль. 2014. № 11.

Медведева С. М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // Вестник МГИМО. 2014. № 4 (37).

Федотова В. Г. Штарнбергская группа (ФРГ) о закономерностях развития науки // Вопр. философии. 1984. № 3.

Филиппова В. А. Формирование политической повестки дня в современных медиасферах (на примере России и Бразилии 2010-2014 гг.): дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2016.

Vykova E. V., Telnova I. N. The Scientist's Activity in Business Media. The Effect of Publicity // IEEE Industrial Electronics Magazine. 2019.

Bohme G., van den Daele W., Krohn W. Finalisierung der Wissenschaft // Zeitschrift fur Soziologie. 1973. № 2.

Butenko I. I., Telnova I. N. & Garazha V. V. Prospective Scientific Research Trend Identification Methods (Based on the Analysis of Gas Fuel-Related Publications). Autom. Doc. Math. Linguist., 2022.

Kuhn T. S. The Structure of Scientific Revolutions. Chicago: University of Chicago Press, 1962.

Merton R. K. The Institutional Imperatives of Science // Sociology of Science / Ed. B. Barnes. L.: Penguin Books, 1972.

Merton R. K. The Sociology of Science. Chicago: Chicago University Press, 1973.

Schafer W. Normative Finalisierung: Eine Perspektive // Starnberger Studien I. 1978.

Storer N. W. The social system of science. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1966.

Глава 3. Формы и средства возражения в медиакommunikации

Л. Р. Дускаева

Речевые практики возражения в текстообразовании научно-популярной медиакommunikации¹⁹⁶

Когнитивные факторы организации научно-популярного медиатекста

Отношения медиа и науки широко обсуждаются в научной литературе на протяжении нескольких десятилетий. Общепринято, что медиа выступают средством, которое служит распространению научных знаний с целью сформировать и усилить интеллектуальную общественную поддержку научного образа мышления¹⁹⁷. В последние годы стали говорить о других гранях взаимоотношений науки и медиа, в частности о влиянии медиа на традиции научной деятельности¹⁹⁸. После знакомства со множеством работ, в которых осмысливается популяризаторская деятельность, можно констатировать, что задачи, которые стоят перед популяризаторами науки, разноплановы. Но важнейшая среди них – продвижение нового знания в целях возможного его использования. Научно-популярные публикации рассказывают о тех, кто совершает прорывы, показывают, в чем суть новизны очередного научного открытия, какова его «история», какие усилия предпринимал/и ученый/е, какую пользу новое знание может принести, какие препятствия для применения и внедрения новых знаний в жизнь обнаруживаются. Передача содержания научного знания многоаспектна, демонстрирует роль научных открытий в нашей жизни, показывает творческую жизнь человека в науке, повышая ее авторитет в обществе. Высокие научные результаты страны способствуют росту ее имиджа в мире. Учитывая столь высокую роль научной популяризации, важно исследовать лингвистическую структуру медиатекстов, поскольку только такой анализ позволяет увидеть механизмы текстопорождения в них.

¹⁹⁶ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакommunikации».

¹⁹⁷ Лазаревич Э. А. Популяризация науки в России. М., 1981; Страшнов С. Л. Популяризация науки в средствах массовой информации // Вестник Ивановского государственного университета. 2003. № 1. С. 3–16; Brossard D., Lewenstein B. V. A Critical Appraisal of Models of Public Understanding of Science: Using Practice to Inform Theory // Kahlor L., Scout P. A. (eds.) Communicating Science. New York: Routledge, 2010. Pp. 11–39 и др.

¹⁹⁸ Гуреева А. Н., Кузнецова В. С. Трансформация научной коммуникации в контексте медиатизации (теоретическое обоснование и практическое применение) // Меди@льманах. 2020. № 5(100). С. 48–57.

Даже первоначальные наблюдения показывают, что в медиатекстах находит отражение специфика научно-популяризаторской коммуникации. Структуру речевого акта в этой сфере общения можно представить следующим образом: автор-ученый – новое знание – журналист – аудитория. Ориентированный на массового адресата, научно-популярный текст обладает эксплицитно или неэксплицитно присутствующим двойным субъектом речи: конечно, один из них – автор открытия, но композиционно-смысловой основой текста является речь посредника, который передает аудитории ход мысли ученого. Научно-популярный текст, сообщая новое научное знание, осведомляет, раскрывая перипетии научного поиска, акцентируя новое в научных знаниях, передает интеллектуальные и рационалистические оценки¹⁹⁹, представляет анализ использования научных результатов – так реализует свой широкий воздействующий потенциал. Передавая логику научного поиска, автор стремится показать, что выводы, к которым пришел ученый, закономерны и обоснованны. Чтобы вызвать доверие, старается тернистый путь научного поиска показать во всем его драматизме.

А этот путь действительно тернист. Ученый всегда сталкивается с борьбой взглядов и идей. Историк и философ науки В. И. Вернадский писал: «Мы на каждом шагу видим в научном мировоззрении отражение борьбы, т. е. проявление оценки взглядов и идей, которые хотя и возникают в научной среде, но стоят в стороне от обычного ее русла. На каждом шагу видно влияние отдельных личностей и борьбы с ними. На этом зиждется рост и прогресс научного мышления...»²⁰⁰. Огромную пользу в такой борьбе видел выдающийся физик-теоретик лауреат Нобелевской премии В. Гейзенберг, который считал, что в истории человеческого мышления наиболее плодотворными оказывались те направления, где сталкивались два различных способа мышления²⁰¹. Действительно, благодаря столкновению двух подходов становится возможным критически оценить каждый как бы со стороны. В момент столкновения обнаруживаются точки расхождения во взглядах, подходах, достоинства и недостатки друг друга. Так предоставляется возможность достоинства сделать более выпуклыми, а недостатки элиминировать.

Безусловно, важной стороной динамики научной мысли служит способность ученого к самооценке и саморефлексии, о чем писал, например, А. Ф. Лосев: «Невозможно представить себе ценного философа, понимание

¹⁹⁹ По классификации оценок, представленной в раб.: Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики, М., 1984. С. 5–23.

²⁰⁰ Вернадский В. И. Научная мысль как планетное явление. М., 1991. С. 194.

²⁰¹ Библер В. С. Мышление как творчество (Введение в логику мысленного диалога). М, 1975. С. 3.

которого оставалось бы всегда одинаковым. В том-то и заключается его ценность, что он является источником все новых и новых пониманий, оживляя и оплодотворяя мысль исследователя разных эпох»²⁰². Значит, путь поиска научной истины наполнен тщательной работой по проверке данных, преодолением сомнений, ложных гипотез и ошибок. Таким образом, практика научных исследований показывает правоту ученых, которые писали, что «акт мысли есть акт или возражения, или согласия»²⁰³, а «научная деятельность всегда предполагает устранение сомнений, непонимания и возражений»²⁰⁴.

В числе важнейших факторов полемичности научного творчества В. С. Степин отмечает также установку на постоянный рост знания и особую ценность новизны в науке. Философ подчеркивает, что великие ученые оставили значительный след в культуре не только благодаря совершенным ими открытиям, но и благодаря установке следовать главным ценностям в научной деятельности – «новаторства и служения истине»²⁰⁵. Но если ученый свою концепцию доказывает в координации, согласовании и столкновении с другим мнением – с предполагаемым и реальным оппонентом, то и научно-популярный текст отражает это взаимодействие. Следовательно, возражения формулируются в результате научного поиска, когда возникают поводы для сомнений в правильности старого знания и вопросы к предложенному кем-то ранее решению научной проблемы – возражения рождаются из сомнений и вопросов.

В ходе взаимодействия старого и возражающего нового знания происходит кристаллизация новой научной идеи. Высветить новизну и показать формирование нового знания – одна из задач популяризации. Будучи в позиции популяризатора, ученый, конечно, проверяет ранее высказанную мысль, уточняет, в какой мере предложенный ход решения был верен и насколько убедителен. На этом этапе возможно обнаружение ошибок, просчетов в ранее сформулированном доказательстве.

Ту же проверку правильности выбранного способа решения, с которым в тексте знакомят аудиторию, популяризатор проводит особенно пристрасно, поскольку, как писал психолог А. Н. Соколов, пишущий продумывает свой текст с точки зрения адресата, к которому будет обращен

²⁰² Лосев А. Ф. Очерки античного символизма и мифологии. М., 1930. Т. 1. С. 285.

²⁰³ Поршнев Б. Ф. О начале человеческой истории. М., 1975. С. 149.

²⁰⁴ Лакатос И. Доказательства и опровержения. М., 1967. С. 6.

²⁰⁵ Степин В. С. Философия науки. Общие проблемы: учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук. М., 2006. С. 58.

текст²⁰⁶. Стремясь не только к полноте изложения, но и к тому, чтобы быть понятным, популяризатор стремится перепроверить свое понимание. Различие представлений о познаваемом объекте и путях его познания, несовпадение научного опыта рождает неконгруэнтность позиций двух субъектов. Под влиянием позиции ученого может происходить пополнение, изменение, корректировка объема и содержания знания поля в сознании популяризатора. Психолог К. А. Абульханова-Славская обоснованно подчеркивает единство понимания и объяснения мира²⁰⁷. Не случайно философы говорят о понимании как о диалоге: «Понимание, осмысление есть результат столкновения, диалога, взаимодействия»²⁰⁸.

Познавательный процесс популяризатора словно распадается на два вектора – в русле одного из них знания пополняются, в русле другого – интерпретируются, чтобы стать основой для объяснительной канвы популяризирующего текста. Мысленный диалог популяризатора с концепцией ученого неизбежно рождает сопоставления, отрицания, противопоставления, которые лежат в основе возражений. Взаимодействие позиций субъектов научно-популярного текста в ходе работы над ним выступает когнитивной основой для зарождения возражения.

Коммуникативные факторы полемизма в научно-популярной медиаречи

В ходе популяризации автор в интересах читателя «переводит» научные понятия, идеи и доказательства на «язык» массового адресата. Стремясь быть понятным, популяризатор сложный материал упрощает, истолковывает, высвечивая новизну и полезность открытого ученым знания. При этом, предвосхищая «сопротивление» читателя, стремится писать занимательно, ищет способы захватывающего письма, демонстрируя путь научного поиска ученого и раскрывая многогранность научной деятельности. Следовательно, при построении текста на денотатное поле научного содержания накладывается «рамка» субъективной модальности, задача которой – понять новизну в полученном знании, высветить занимательное, напитать сообщение интеллектуальными эмоциями интереса, любопытства, удивления, активизировав любознательность, разъяснить и проинтерпретировать, дать рационалистическую оценку сделанному ученым.

²⁰⁶ Соколов А. Н. Динамика и функции внутренней речи (скрытой артикуляции) в процессе мышления... // Известия Академии пед наук РСФСР. М., 1960. Вып. 113. С. 162.

²⁰⁷ Абульханова-Славская К. А. Личностные типы мышления // Когнитивная психология: Материалы финско-советского симпозиума. М., 1986. С. 161.

²⁰⁸ Гусев С. С., Тульчинский Г. Л. Проблема понимания в философии. М., 1985. С. 86.

Нам уже приходилось ранее писать о том, что в массмедиа ориентация на массовую аудиторию заставляет создавать речь с учетом ее гипотетического коммуникативного сопротивления²⁰⁹. Эта закономерность в речевой организации медиатекста верна и в отношении научной популяризации. Популяризатор пишет, мысленно «отвечая», преодолевая возможное недопонимание, реагируя на предполагаемое несогласие с какими-то утверждениями, стараясь преодолеть коммуникативную пассивность или отсутствие интереса. Следовательно, присущий медиакommunikации «драматизм», выражающийся в присутствии возражающих речевых практик в ходе популяризации научных идей, неизбежен: это обусловлено как когнитивными, так коммуникативными предпосылками.

Таким образом, возражение в научно-популярном медиатексте рассматривается нами познавательно-коммуникативным действием, детерминируемым большим числом когнитивных и коммуникативных факторов. Напитываясь внутренним полемизмом, научно-популярный текст обогащается возражениями в разных формах: несогласием с устаревшим мнением / воззрением, неодобрением и критикой отдельных аспектов чьей-то научной концепции, выражением недоверия к каким-либо идеям, отрицанием истинности чьих-то воззрений, коррекцией чьих-то исследовательских идей или познавательных действий, отказом от действий, противопоставлением другим взглядам и т. д.

Формы экспликации возражения в научно-популярных текстах

Возражение выступает этапом в обосновании новой позиции, толчком и триггером продвижения знаний от ученого массовому адресату. Например, в телеграм-канале журнала «Наука и жизнь» в виде возражения формулируются вводные посты к статьям журнала. В научно-популярных лентах сервиса «Дзен» в форме возражения предстают заголовки научно-популярных текстов. Возражение своим отрицанием привычного будто прерывает ровное течение новостей в ленте, тем самым обращает на себя внимание. Такая форма выступает одним из проявлений провокативных воздействующих стратегий. Речевой облик возражения может быть разным.

Иногда оно выражает **коррекцию, уточнение** знаниевого поля вокруг предмета речи и эксплицируется союзами и союзными сочетаниями с противительным значением, например: *Тестостерон – это агрессия, драки, антисоциальное поведение и прочее в том же роде. Но вместе с тем этот*

²⁰⁹ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. СПб., 2012.

гормон делает самцов *более дружелюбными*. (Наука и жизнь. 17.08.2022. 10:26)²¹⁰.

Использование в конструкции с противительными отношениями лексического антонима *более дружелюбными, противопоставленного* ряду синонимов *агрессия, драки, антисоциальное поведение* раскрывает суть возражения.

Противительный союз *но* используется, чтобы ввести возражающую информацию, неожиданную для читателя, рушащую его старые представления об объекте речи:

*К тараканам мы чувствуем вполне справедливую брезгливость, но среди них есть очень даже милые создания. Вот, например, семиточечный таракан, или индийский таракан-домино, *Therea petiveriana* из семейства тараканов-черепашек. ...Окраской эти черепашки имитируют местного жука-жужжелицу — хищного, агрессивного и ко всему прочему умеющего распылять вокруг себя облако муравьиной кислоты. Размером *Therea petiveriana* около 3 см, любят общаться друг с другом, и часто их разводят как домашних питомцев, тем более что содержать их, как говорят, довольно легко* (Наука и жизнь. 13.07.2022).

В возражении контекстуальными антонимами-эмотивами, усиленными акцентирующими наречиями и частицами, противопоставлено традиционное представление о насекомом (*вполне справедливую брезгливость*) и новое (*очень даже милые создания*). Благодаря эмоциональному возражению к читателю приходит ощущение обновления и обогащения знаниевого поля, ведь он узнает о новых деталях, которые переворачивают его прежние представления: о размерах объекта (*около 3 см*), повадках (*любят общаться друг с другом*), взаимодействии с человеком (*часто их разводят как домашних питомцев, тем более что содержать их, как говорят, довольно легко*). Возражение, введенное противительным союзом и поддержанное эмотивными антонимами, способствует разрушению прежних представлений.

Как мыслительный акт, возражение, содержащее **отрицание истинности устаревших знаний**, позволяет высветить путь их обновления. Являясь коммуникативно-познавательным действием, возражение формулируется полным или частичным отрицательным предложением, с помощью которого вызывает недоверие к старому знанию. Приведем два примера. В первом примере возражение формулируется общеотрицательным предложением:

*Несмотря на всеобщую веру в то, что депрессия возникает из-за проблем с серотонином, **доказательств** этому почти нет* (ТК «Наука и жизнь». 25.08. 2022. 19:44)²¹¹.

²¹⁰ URL: <https://nkj.ru/news/45025>.

Здесь возражение поддерживается контекстуальной антонимией лексем *вера* и *доказательства*, а также уступительно-противительным предлогом *несмотря на*. Во втором примере возражение сформулировано частноотрицательной конструкцией:

Оказывается, далеко не все стальные детали можно закалить. Существует стереотипное мнение, что раскали буквально любую железяку до красного каления, опусти её в воду и получишь гарантированное упрочнение. На самом же деле, процесс упрочнения детали с помощью закалки гораздо более интересен и многогранен, чем это кажется на первый взгляд. Существует огромное количество особенностей, о которых знают далеко не все (ТК «Инженерные знания». 21.12.2021).

Возражение, как видим, выстраивается комплексом языковых средств, этому способствует взаимодействие средств: а) экспликации скептической оценки опровергаемого мнения (лексемой *стереотипное*), б) подтверждения справедливости другого мнения (излагаемого после удостоверяющей частицы *на самом деле*), в) противительной частицы *же*, указывающей на иное мнение, г) формы сравнительной степени, позволяющей передать отношения сопоставления (*гораздо более интересен и многогранен*).

Возражение против старого знания позволяет динамично продвигать новое. Коррекция в форме противопоставления бывает необходима в случае поступления в научный оборот новой информации, которая дополняет / корректирует существующие на данный момент представления об объекте. Поскольку возражение в этом случае уточняет знания читателя об объекте, мы бы назвали его **корректирующим**. Оно «закрепляется» в композиции текста благодаря поддержке антонимических отношений в лексике, грамматических средств противительных отношений. Использованием отрицательных предложений вводится научное возражение, вызванное потребностью указать на ограниченность старых научных представлений. Такое возражение мы бы назвали **отрицанием**. Отрицание усиливается в композиции текста лексическими и грамматическими средствами передачи противительно-сопоставительных отношений.

Текстовое оформление возражения

Обычно возражение, важнейшим проявлением которого является несогласие, называют типом реагирующего, отвечающего речевого поведения в диалоге, контекстуально и логически связанного с инициативным речевым актом утверждения²¹². Однако в научно-популярном

²¹¹ URL: <https://nkj.ru/news/44896>.

²¹² Свиридова Т. М. Категория согласия / несогласия в русском языке. Дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2008; Морозова О. Н. Функционально-семантические свойства реплик со значением согласия-несогласия в диалогическом общении: На материале русского и немецкого языков. Дис. ... канд. филол. наук, 2000.

изложении возражение используется не только как реактивное диалогическое речевое поведение. Наблюдения за композиционно-лингвистическим построением научно-популярных текстов показывают, что в глобальном диалоге возражение обладает иницирующим зарядом и текстопорождающим потенциалом. Оно создает полемику, которая зарождается в тезисе, представленном в виде возражения, а далее текст выстраивается обоснованием возражающего тезиса. Возражение становится триггером для развертывания текста и приемом композиционного построения. Проанализируем репрезентацию возражения в текстах, коммуникативная задача которых – опровергнуть или скорректировать привычные, устоявшиеся научные идеи. Материалом анализа послужили публикации в научно-популярных массмедиа: журнале «Наука и жизнь», на сайте «РИА Новости».

Тексты, построенные как возражение, отражают ситуацию в науке, когда новая информация об объекте научного интереса вступает в противоречие со сложившимися представлениями о нем. Смена старого новым происходит в результате преодоления противоречий в научном знании. Потребность в опровержении вызывает появление сведений о новых объектах или новых характеристиках у ранее известных. Выдающийся философ науки В. И. Вернадский справедливо писал: «Сложным и кружным путем развивается научная истина и далеко не все научное мировоззрение служит ее выражением. ... законченные создания науки – научные истины – являются *бесспорными*, неизбежно обязательными для всех и каждого. Но то научное мировоззрение, в которое входят как эти истины, так и те научные построения, которые более или менее полно представляют науку данного времени, совсем не являются *бесспорным*»²¹³. Обнаруживая неточности, неполноту и противоречия в некоторых научных построениях, исследователь подвергает старое знание сомнению. Новая информация заставляет посмотреть на старое другими глазами, по-новому.

Рассмотрим материалы в массмедиа, построенные на модели опровержения. Анализ журнальных статей: 1) «Пищевые добавки с витамином D не защищают от переломов костей и остеопороза людей старше 50–55 лет» (Наука и жизнь. 04.08.2022)²¹⁴ и 2) «Серотонин отделяют от депрессии» (Наука и жизнь. 25.07.2022)²¹⁵ – показывает, что возражение, представленное в форме опровержения, осуществляется в несколько этапов.

²¹³ Вернадский В. И. Научная мысль как планетное явление / Отв. ред. А. Л. Яншин. М., 1991. С. 191–234.

²¹⁴ URL: <https://nkj.ru/news/44982>.

²¹⁵ URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

Начальный этап очередного витка познания – сомнение в состоятельности старых представлений, вызванное обнаружением противоречий между старым и новым знанием.

Понаблюдаем за тем, как выражается модус сомнения в тексте.

Про витамин D можно услышать даже слишком много хорошего. ... он нужен нам, ... но ... его полезные свойства выходят за пределы его прямой специализации. Мы знаем, что он нужен для усваивания кальция.... Однако на недостаток D нередко списывают и перемены в настроении, и хроническую тревожность с депрессией, и Мы писали, что к таким сообщениям нужно относиться с осторожностью (Наука и жизнь. 04.08.2022)²¹⁶.

Как видим, конструкций, помогающих ввести сомнения, несколько. В первом тексте наблюдается зарождение модуса сомнения, когда, говоря о предмете речи, автор обнаруживает в нем ироничный алогизм – *даже слишком много хорошего*. Становится понятно, что подобная оценка, противоречащая здравому представлению о том, что хорошего слишком много не бывает, явилась следствием зарождающегося сомнения. Еще более укореняется модус сомнения в тексте благодаря замечанию о выходе влияния препарата *за пределы его прямой специализации* и перечисляются «сферы» действия витамина с многократным использованием союза *и*, которое можно воспринять ироничным: *и перемены в настроении, и хроническую тревожность с депрессией, и...* Утверждения о столь бескрайней широте влияния витамина на организм вызывает у думающего читателя настороженность и даже скепсис. Появление рекомендации в тексте *нужно относиться с осторожностью* в этих обстоятельствах своевременно.

Что стимулирует зарождение сомнений? Чтобы ответить на этот вопрос, обратимся к тексту:

... в случае с витамином D результаты экспериментов, полученные на животных и на культурах клеток, далеко не всегда подтверждаются на людях, а результаты исследований на людях не всегда подтверждаются, когда анализируют больший объём медицинских данных. Более того, даже «костная» польза ... на больших данных не всегда подтверждается. В недавней статье в The New England Journal of Medicine говорится, что пищевые добавки с витамином D не защищают от переломов костей и остеопороза тех, кому исполнилось больше 50–55 лет (Наука и жизнь. 04.08.2022)²¹⁷.

Из текста становится ясно, что результаты более широких научных экспериментов по целому ряду позиций пришли в противоречие с ранее утвердившейся гипотезой. Закономерен вывод об ограниченности ее действия, что и выражено сначала частичным (*далеко не всегда подтверждаются, не всегда подтверждаются, не всегда подтверждается*), а затем и полным отрицанием: *... добавки ... не защищают ...тех, кому*

²¹⁶ URL: <https://nkj.ru/news/44982>.

²¹⁷ URL: <https://nkj.ru/news/44982>.

исполнилось больше 50–55 лет. Параллелизм частичноотрицательных конструкций придает все большую и большую уверенность в небеспочвенности сомнений.

Во втором тексте (Наука и жизнь. 25.07.2022)²¹⁸. ход зарождения сомнений детализируется. Излагается общепринятая точка зрения: *Причину депрессии чаще всего видят в серотонине — его в качестве нейромедиатора используют* [грамматическая обобщенность субъекта – носителя устаревшей точки зрения, выраженная предикатами *видят, используют* 3 л. мн.ч., указывает на ее распространенность и общепринятость] *нейронные центры, от которых зависит хорошее настроение*. Затем дается оценка ее состоятельности демонстрацией сомнений, вызванных отсутствием сведений о механизме воздействия серотонина на человеческую психику. Своего рода показатели этих сомнений – это как будто всплывающие в памяти пишущего абсурдные случаи, не вписывающиеся в картину, которую создает старое знание – так что эта масштабная картина неопределенности – поэтапное развертывание возражение старому знанию:

То ли серотонина мало синтезируется, то ли он быстро разрушается, то ли плохо работают рецепторы, которые должны на него реагировать – так или иначе, всё сводится к тому, чтобы повысить его уровень в нейронах и межнейронных соединениях-синапсах; именно так работают (или, по крайней мере, должны работать) большинство антидепрессантов... (Наука и жизнь. 25.07.2022)²¹⁹.

На сомнение указывает повтор союза *то ли*, выражающий затруднительность выбора из ряда возможных вариантов. Такая конструкция, завершающаяся маркером альтернативности *так или иначе*, позволяет передать отзвук той растерянности, какая случается в ситуации неопределенности.

Однако в качестве показателя проблемной, нерешенной в науке ситуации становится прежде всего появление вопроса:

Целью проекта было выяснить, как влияют витамин D и омега-3-полиненасыщенная жирная кислота, вместе и порознь, на здоровье людей старше среднего возраста (Наука и жизнь. 04.08.2022)²²⁰.

Как же быть с утверждением, что [тезис от «старого знания»] серотонин нужен для нервных центров хорошего настроения? (Наука и жизнь. 25.07.2022)²²¹).

Вопрос выражает побуждение восполнить недостающую информацию. На ситуацию сомнений указывают вводное слово неполной уверенности в утверждении *возможно*, фразеологизмы критической оценки тех или иных

²¹⁸ URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

²¹⁹ URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

²²⁰ URL: <https://nkj.ru/news/44982>.

²²¹ URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

актов мысли *поторопились с выводами*; *намного более сложная, чем кажется*:

Ну, *возможно*, мы здесь *поторопились с выводами*, и хорошее настроение – штука *намного более сложная, чем кажется* (Наука и жизнь. 25.07.2022)²²²).

Разговор может быть продолжен демонстрацией «неувязок», вызванных строгим следованием логике старого знания:

Тут, кстати, *можно вспомнить о том*, что серотониновые антидепрессанты *срабатывают далеко не всегда*. А про сам серотонин... мы *несколько лет назад писали*, что *вместо счастья он может подарить ту самую депрессию* – всё зависит от того, на какие нейроны он подействует. Что касается *антидепрессантов*, *не всегда понятно*, как именно они работают; среди них есть такие, про которые говорят, что они *вообще никак не влияют* на серотонин, *но зато стимулируют формирование новых синапсов* (Наука и жизнь. 25.07.2022)²²³.

Как видим, раскрытию неувязок (по существу, возражений) помогают конструкции негации (*далеко не всегда, не всегда понятно, вообще никак не влияют*) и адверсативные союзы (*а, но зато, вместо*). Созданию размышляющей манеры изложения способствуют средства порядка мысли (*кстати*) с ретроспективными отсылками. Описание «неувязок» убеждает в правоммерности возражения против старого знания.

Проблемность ситуации удостоверяется ссылкой на точку зрения конкретных исследователей, поддерживающих сомнения: *сотрудники Университетского колледжа Лондона покусились на святое: в статье в Molecular Psychiatry они пишут, что нет никаких серьёзных доказательств в пользу того, что серотонин имеет какое-то отношение к депрессии* (Наука и жизнь. 25.07.2022)²²⁴).

Возражающая смысловая позиция, содержащая отрицание доказательности утвердившейся точки зрения (*нет никаких серьёзных доказательств в пользу того, что...*), передается косвенной речью. Во фрагменте наблюдаем явление, характерное для научно-популярного изложения: оно состоит в том, что вводная перформативная используется дважды, вторая дублирует по смыслу первую. Первая – *сотрудники Университетского колледжа Лондона покусились на святое* – от популяризатора, в ней метонимично используется фразеологизм *покуситься на святое*, что придает изложению ироничность. Дублетный, синонимичный вариант конструкции – *они пишут* – возвращает изложение в русло научной коммуникации:

Сотрудники Университетского колледжа Лондона ...для обзора по серотонину и депрессии взяли все более или менее значимые работы из всех возможных биомедицинских

²²² URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

²²³ URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

²²⁴ URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

областей науки. **И оказалось, что если сравнивать** уровень серотонина ... у людей с депрессией и у людей без депрессии, то различия между ними **никакой не будет**. Связь между депрессией и состоянием рецепторов к серотонину ... **оказалась довольно слабой**, и результаты исследований здесь часто **бывают противоречивыми** (Наука и жизнь. 25.07.2022)²²⁵.

Возражение выстроено благодаря взаимодействию следующих средств: отрицательной конструкции, усиленной двойным отрицанием **никакой не будет**, и отрицательных рациональных оценок **связь слабая, результаты противоречивые**.

Демонстрация того, как через возражение ведется поиск нового

Возражение при этом эксплицирует: а) отказ от ошибочно выдвинутых предположений; б) отрицание состоятельности имевшихся данных, например:

... **По-видимому**, витамин D может защищать от аутоиммунных болезней ... **Однако** на вероятность онкозаболеваний, сердечно-сосудистых болезней, мигреней, болей в суставах витамин D **не влияет**; также **не помогает** он замедлить ухудшение умственных способностей. **Можно было бы ожидать**, что он **благоприятно воздействует** на кости – **но**, как было сказано выше, и здесь пилюли с витамином D **никакой эффективности не продемонстрировали**. **Стоит напомнить**, что в проекте участвовали люди **определённого возраста**... (Наука и жизнь. 04.08.2022)²²⁶.

Как было выше отмечено, новое знание (будучи «возражением» старому) проходит испытания и утверждается через спор (а значит возражения) со старым. Получается, что в форме возражения выстраивается ответ на предыдущее возражение, как, например, в следующем фрагменте:

[Тезис, защищающий старое знание] **Часто ссылаются на эксперименты**, в которых людей на время специально сажали на такую диету, из-за которой у них **падал уровень серотонина**. [Возражение на этот тезис] **Но** большинство таких экспериментов показало, что у здоровых людей депрессия от понижения серотонина **не начинается**. В одном случае таким способом как будто удалось увидеть связь между депрессией и серотонином, **но** в том исследовании участвовало **слишком мало** добровольцев, и среди них были те, у кого депрессия записана в семейной медицинской истории, и впоследствии результаты **опять же не подтвердились** (Наука и жизнь. 25.07.2022.).

Как видим, возражение прежде всего строится благодаря адверсативным союзам и отрицательным предикатам. Поддержать его помогают оценки, в т. ч. количественные, передающие семантику недостатка (**слишком мало**).

Наконец, для возражающего текста важна еще одна субцель – предъявить выводное новое знание. Обычно такая стадия в тексте

²²⁵ URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

²²⁶ URL: <https://nkj.ru/news/44982>.

маркируется словами, имеющими семантику итога. В следующих примерах такие слова *вообще* (в первом тексте), *наконец* (во втором) в начале абзаца:

1) *Вообще* в последнее время благодаря накопленным данным всё чаще появляются статьи о том, что какое-то привычное лекарство или биоактивное вещество, в эффективности которого никто не сомневался, на самом деле **работает не так**, как было принято думать, или **вообще не работает** (Наука и жизнь. 04.08.2022)²²⁷.

2) *Наконец, дело может быть и не в химии. Хотя большинство обычных людей уверены в том, что причина депрессии в «химическом дисбалансе мозга», многие специалисты в последнее время всё чаще говорят, что представлять депрессию как сугубо химическую проблему – это сильно упрощать ситуацию. Сами авторы работы полагают, что их результаты помогут изменить взгляд на депрессию, причины которой могут быть не только в «химическом дисбалансе», но и в постоянном стрессе, одиночестве и бедности* (Наука и жизнь. 25.07.2022)²²⁸.

Новое знание по масштабности действия может быть разным: в одних случаях оно уточняет механизмы действия явления или изменяет представления о нем в целом. Как бы то ни было, чтобы высветить новизну полученного знания, необходимо сопоставить одно и другое: в первом тексте этому способствует *не так, как...*, во втором *не только..., но и...*

Выводы

Возражение является структурной единицей полемического речевого поведения в научно-популярной коммуникации, форма выражения которого обусловлена когнитивными и коммуникативными факторами. Научно-популярные тексты, построенные как возражение, отражают такую ситуацию в науке, когда новая информация об объекте научного интереса вступает в противоречие со сложившимися представлениями о нем. Смена старого новым происходит в результате преодоления противоречий или обнаружении нового в ходе наблюдений за объектами.

Важнейшими характеристиками возражающего медиатекстотипа являются:

1) множественность речевых партий: носитель устаревших знаний («он¹, он², они» или «неопределенное множество лиц», иногда помечается словами «обычно, прежде + глагол мнения или речемышления»), ученый-автор открытия («он»), популяризатор («я» или «мы», если идентифицирует себя с аудиторией), массовый адресат («ты, вы»);

2) смысловая двусоставность, вызванная демонстрацией исходной и оппозиционной точек зрения (часто представлены речевой инициацией и реакцией);

²²⁷ URL: <https://nkj.ru/news/44982>.

²²⁸ URL: <https://www.nkj.ru/news/44896>.

3) демонстрация оснований защиты одних идей и отрицания других, противопоставления другим;

4) противопоставленность негативной оценки одних сторон и поддерживающей положительной – других;

5) сопоставление позиций носителей старого и нового знания.

Возражающие компоненты научно-популярного текста демонстрируют динамику утверждения нового знания, приходящего на смену старого. В этой динамике значимыми когнитивными шагами становятся: 1) рождение сомнения в состоятельности старого знания или обнаружение новых сторон в уже известном, 2) выражение недоверия к отдельным сторонам старого знания или демонстрация удивления при обнаружении нового, 3) раскрытие противоречий в старом знании, 4) отрицательная оценка ошибочных утверждений, 5) утверждение нового знания, пришедшее в противоречие со старым. Эти шаги передаются в разных формах возражений.

Для экспликации возражения каждой из форм сложился свой комплекс разноуровневых языковых средств, среди которых в каждом случае выделяются основные и вспомогательные. Основными при экспликации возражения бывают наречия, союзы, предлоги с адверсативным значением или со значением негации, вводные слова неуверенности, ироничные ментальные перформативные высказывания, средства отрицательной рациональной оценки и противопоставления (лексическая антонимия, местоимения нетождественности *иной, другой*, противительные союзы *а, но, однако, и все-таки*, наречия), вводные слова (*напротив, однако, наоборот*), конструкции с противительными отношениями и др.), а также сопоставления (*если эти ..., то те..., вводные слова с одной стороны, с другой стороны, союзы не только, но и*).

ЛИТЕРАТУРА

Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики, М.: Наука, 1984. С. 5–23.

Абульханова-Славская К. А. Личностные типы мышления // Когнитивная психология: Материалы финско-советского симпозиума. М., 1986. С. 161.

Библер В. С. Мышление как творчество (Введение в логику мысленного диалога). М., 1975.

Вернадский В. И. Научная мысль как планетное явление / Отв. ред. А. Л. Яншин. М.: Наука, 1991. С. 191–234.

Гусев С. С., Тульчинский Г. Л. Проблема понимания в философии. М., 1985.

Гуреева А. Н., Кузнецова В. С. Трансформация научной коммуникации в контексте медиатизации (теоретическое обоснование и практическое применение) // Меди@льманах. 2020. № 5(100). С. 48–57.

Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. СПб., 2012.

Лазаревич Э. А. Популяризация науки в России. М., 1981.

Лакатос И. Доказательства и опровержения. М., 1967.

- Лосев А. Ф.* Очерки античного символизма и мифологии. М., 1930. Т. 1.
- Морозова О. Н.* Функционально-семантические свойства реплик со значением согласия-несогласия в диалогическом общении: На материале русского и немецкого языков. Дис. ... канд. филол. наук, 2000.
- Поршнев Б. Ф.* О начале человеческой истории. М., 1975.
- Свиридова Т. М.* Категория согласия / несогласия в русском языке. Дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2008.
- Соколов А. Н.* Динамика и функции внутренней речи (скрытой артикуляции) в процессе мышления... // Известия Академии пед. наук РСФСР. М., 1960. Вып. 113. С. 149–182.
- Степин В. С.* Философия науки. Общие проблемы: учебник. М.: Гардарики, 2006.
- Страинов С. Л.* Популяризация науки в средствах массовой информации // Вестник Ивановского государственного университета. 2003. № 1. С. 3–16.
- Brossard D., Lewenstein B. V.* A Critical Appraisal of Models of Public Understanding of Science: Using Practice to Inform Theory // Kahlor L., Scout P. A. (eds.) Communicating Science. New York: Routledge, 2010. Pp. 11–39.

Ироничное возражение в научно-популярных сетевых медиатекстах: основные механизмы²²⁹

Динамика осмысления научных идей в научно-популярном медиадискурсе предполагает многоступенчатый процесс, который, как правило, на определённой стадии включает возражение, направленное на критическое переосмысление предшествующих и / или существующих точек зрения. Возражение может присутствовать в тексте эксплицитно или имплицитно. Последний вариант при определенных условиях становится источником иронических импликаций, способствующих реализации смысловых трансформаций на уровне не только медиатекста, но и межтекстовых единств. Результатом взаимодействия медиатекстов, объединенных общим референтом, становится формирование целостного смыслового пространства²³⁰, которое с каждым новым текстом наращивает интерпретационный потенциал и расширяет проблемное поле дискуссии. Ироничный модус возражения ориентирован на достижение персуазивного эффекта и сопряжен с изменениями в смысловом поле адресата: маркеры скрытого несогласия²³¹ корректируют вектор восприятия текста и предлагают нетривиальный вариант интерпретации научной проблемы.

Комическое высказывание в научно-популярном медиадискурсе можно признать ироничным возражением, если оно соответствует следующим критериям:

- включает информацию об утверждаемом и альтернативных взглядах, предлагающих объяснение научной проблемы (манифестация смысловой позиции факультативна; знание может быть представлено в прагматической пресуппозиции);
- устанавливает корреляционные зависимости между вариантами интерпретации научной проблемы (несоответствие, противопоставление, взаимоисключение);
- обосновывает превосходство предлагаемой интерпретации, а также несообразность альтернативных точек зрения через комическое переосмысление последних;

²²⁹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФ, проект № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакommunikации».

²³⁰ Дускаева Л. Р. Медиадискурс // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2018. С. 55–61.

²³¹ Burgers C., van Mulken M. Humor Markers // The Routledge Handbook of Language and Humor / Attardo S. (ed.). 2017. Pp. 385–399.

- содержит имплицитные маркеры ироничной интенции, трансформирующие высказывание в скрытое возражение; процесс декодирования иронических импликатур требует дополнительных интерпретативных усилий.

В рамках гипертекста ироничное возражение обретает уникальные возможности²³². Новостной гипертекст представляется поливекторным образованием, которое позволяет пользователям самостоятельно выбирать направление сюжетно-тематического потока и формировать собственное понимание обсуждаемой проблематики. Данная категория обуславливает характеристики гипотезы адресата в гипертекстовом пространстве: пользователь отказывается от роли пассивного потребителя готовых объяснений и оценочных суждений и обретает статус активного участника дискуссии. Принцип многоуровневой семантической иерархии (поддерживаемый системой гиперссылок) обеспечивает потенциально бесконечное продуцирование интерпретационных цепочек. Степень активности поля вовлеченности обусловлена технологически и тематически²³³. Проблематика, обладающая социальной значимостью, вызывает в пользователях живой отклик, а возможности технологической площадки побуждают к действию (комментированию медиасообщений и участию в дискуссии с другими пользователями). Комментарийные отклики не только актуализируют новые векторы обсуждения научной проблематики, но и отражают существующие в общественном сознании стереотипы.

Материалом нашего исследования выступили научно-популярные медиатексты сетевых изданий (более 100 медиатекстов и более 200 комментариев), объединенные информационным поводом – публикацией научного исследования, которое ставит под сомнение объяснительный потенциал популярной в научном сообществе серотониновой теории развития депрессии. Опубликование результатов послужило стимулом для критического переосмысления научной гипотезы в научно-популярном медиадискурсе. Проведенный анализ медиатекстов основывается на лингвопраксиологическом подходе, в котором сочетаются динамика (выявление типовых синтагматических отношений, обеспечивающих целостность лингвистической архитектуры медиадискурса) и статика (систематизация выявленных моделей и формирование комплексной типологии)²³⁴.

²³² Рязанцева Т. И. О категориях гипертекста // Медиалингвистика. 2019. № 6 (3). С. 327–340.

²³³ Duskaeva L. The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication. Taylor & Francis. 2022.

²³⁴ Васильева В. В., Иванова Л. Ю. Праксиологическая критика комической медиаречи // Медиалингвистика славянских стран / Под науч. ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2020. С. 428–454.

Ироничное возражение в новостном гипертексте может быть локализовано в различных компонентах полимодального образования (интратексте, паратексте, метатексте)²³⁵. Реконструкция интерпретационных цепочек, включающих ироничное возражение, позволяет проследить процессы концептуализации и категоризации научной проблематики в общественном сознании.

Ироничное возражение в паратексте

Заголовочный комплекс в научно-популярном медиатексте не только привлекает внимание адресата и стимулирует его продвижение к последующим субтекстам, но и формирует модус восприятия основного текста. В ироничной модальности заголовков отражено критическое переосмысление воззрений, согласно которым развитие депрессии объяснялось дефицитом серотонина.

Серотонин перестали винить в развитии депрессии (N+1. 20.07.2022).

Представленная в заголовке намеренно упрощенная интерпретация объяснительного потенциала теории (*виноват серотонин*) иронично переосмысляет тщетные поиски универсального и простого объяснения сложных механизмов депрессивного расстройства. Предикат представлен конструкцией с инфинитивом *винить*, отражающим регулярность совершаемого действия. Актуализация семы 'многократности действия' подчеркивает, что серотониновая теория прочно закрепилась в сознании людей и стала общим местом в научных и околонучных дискуссиях, затрудняя осмысление и применение альтернативных подходов. Неопределенно-личная конструкция репрезентирует отсутствие ясного представления о субъекте действия: широкая популяризация серотониновой теории в медиaprостранстве сделала её предметом обсуждений далеко за рамками научного дискурса, результатом чего явилось вовлечение в дискуссию широкой аудитории, которая профессионально не связана с медициной. Данное наблюдение демонстрирует расширение границ медицинского дискурса²³⁶, поддерживаемое «инклюзивными» возможностями медиaprостранства²³⁷.

²³⁵ Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2019; Duskaeva L. Humour as an information-influencing resource in mass media // The European Journal of Humour Research. 2021. № 9 (1). Pp. 29–43.

²³⁶ Пивоварчик Т. А. Сетевой медицинский дискурс: коммуникативные практики тематических интернет-сообществ // Вестник ВГУ. 2018. № 4. С. 148–155.

²³⁷ Кожарнович М. П. Медиатизация медицинского дискурса: способы, атрибуты и риски // Медиалингвистика. 2021. № 8 (4). С. 421–437.

Серотонин отделяют от депрессии (Наука и жизнь. 25.07.2022).

В заголовке использован глагол с каузативной семантикой. Актуализированный семантический признак 'активного воздействия' демонстрирует, что отказ от ложной причинно-следственной цепочки «дефицит серотонина → депрессия» и развенчание распространенных стереотипов требуют времени и значительных когнитивных усилий. Конструкция апеллирует к прагматической пресуппозиции адресата и проводит параллель с известным библейским прецедентным текстом (*отделять зерна от плевел*). Посредством параллелизма автор не только имплицитно оценивает предмет речи (*отделять хорошее от дурного*), но и комически тонирует заголовок в результате столкновения стилистически маркированной конструкции и научных терминов, не предполагающих использование в контекстах с актуализированными религиозными мотивами.

Изображения, включенные в исследуемые медиатексты, мы условно дифференцируем на две категории: «реалистичные» (печальный взгляд, опустившиеся руки; мотив безысходности поддержан мрачной и холодной цветовой палитрой) и «фантазийные». Вторая группа активизирует ассоциативное мышление адресата: изображения расположены перед основным текстом, мгновенно захватывают внимание и задают модус восприятия текстового фрагмента.

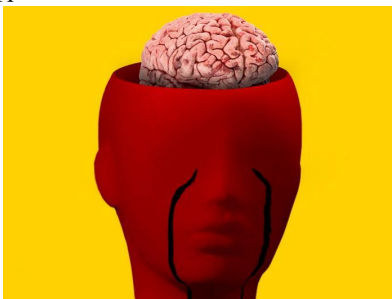


Рис. 1

На рисунке (Рис. 1) человек изображен в несколько бутафорской манере: перед нами манекен, на лице которого жирными штрихами прочерчены слезы. Головной мозг, напротив, запечатлен весьма реалистично. Таким образом, фокус внимания смещен со сферы эмоций на область научного осмысления феномена. В данном случае ирония становится способом отстранения от переживаний людей, страдающих заболеванием; такая интенция сохраняет статус смысловой доминанты и в интратексте: *с большей вероятностью свалится в депрессию; хорошее настроение —*

штука намного более сложная, чем кажется и др. (Серотонин отделяют от депрессии. N+1. 25.07.2022).

Ироничное возражение в интратексте

Текстовая составляющая научно-популярных медиасообщений, в которых ставится под сомнение серотониновая теория, организована и структурирована в соответствии с лингвистическими паттернами, способствующими репрезентации ироничного возражения. Анализ типологизированных текстовых фрагментов позволяет выявить и охарактеризовать некоторые лингвокогнитивные модели ироничного возражения в научно-популярных медиатекстах. В исследуемом материале преобладает модель **намеренно неточного словоупотребления и/или использования лексемы с размытой семантикой**. Реализация в тексте языковых единиц с неопределенной семантикой объясняется нежеланием и/или невозможностью подобрать точные номинации. Первый случай связан с пренебрежением: нет необходимости точно и детализировано излагать теорию, которая признана ложной. Второй случай обусловлен существованием спорных положений, которые затемняют общее представление. Оба случая призваны подчеркнуть превосходство авторского взгляда.

Несмотря на всеобщую веру в то, что депрессия возникает из-за проблем с серотонином, доказательств этому почти нет (Серотонин отделяют от депрессии. N+1. 25.07.2022).

Основным тезисом серотониновой теории, который порождает оживленные дискуссии, признается эмпирическая необоснованность гипотезы. Выбор лексемы *вера* интенционально обусловлен. В данном контексте слово с абстрактной семантикой становится источником возражения и актуализирует следующие смысловые компоненты: 'субъективное восприятие чего-то как истинного вопреки отсутствию несомненных доказательств' и 'пребывание в иллюзии, что нечто, относящееся лишь к области фантазий, имеет подтверждение в реальности'. Номинация с изначально нейтральной оценочностью обретает пейоративный смысловой оттенок посредством обращения к семантической оппозиции «научное доказательство / голословное заявление». Актуализированные семантические признаки ('субъективность', 'отсутствие доказательств') неразрывно связаны с доминирующей интенцией автора обосновать несостоятельность теории, аргументативная база которой подкреплена не столько доказательствами, сколько надеждой на относительно простое

решение проблемы. Лексема с атрибутивным значением *всеобщая* демонстрирует массовый характер заблуждения и наводит на мысль о возможном навязывании точки зрения посредством различных каналов медиапространства. Таким образом, в конструкции *всеобщая вера* скрыта импликатура ироничного возражения. Контекстуально обусловленный смысловой оттенок становится маркером, помогающим обнаружить смысловые приращения и, как следствие, верно истолковать авторское намерение. Номинация с размытой семантикой *проблема* преумножает ироничный потенциал высказывания-возражения, демонстрируя слегка пренебрежительное отношение автора, который отказывается от детального изложения оспариваемой теории (спусковой механизм депрессивного расстройства – некие *проблемы с серотонином*).

Следующая модель ироничного возражения предполагает **неоднократный повтор номинации и / или контекстных синонимов** в рамках текстового фрагмента. Прием повтора подчеркивает очевидное противоречие критериям научного знания и тем самым способствует абсурдизации референтной ситуации.

То ли серотонина мало синтезируется, то ли он быстро разрушается, то ли плохо работают рецепторы, которые должны на него реагировать – так или иначе, всё сводится к тому, чтобы повысить его уровень в нейронах и межнейронных соединениях-синапсах (Серотонин отделяют от депрессии. N+1. 25.07.2022).

Неоднократный повтор сочинительного союза *то ли* в полипропозитивном сложном предложении задаёт модальность неопределенности, подчеркивающей отсутствие ясного представления о причинах «химического дисбаланса». Союз употреблен трижды в рамках одной конструкции, что явственно указывает на несовершенство научной модели. Многократный повтор отражает широкий спектр потенциальных причин и наводит адресата на мысль о неточности / ненадежности информации, противоречащей критериям научного знания. Дискурсивный маркер *так или иначе* свидетельствует о необходимости не только констатировать данный факт, но и принять его как неизбежное обстоятельство, чтобы продолжить рассуждение. Конструкция содержит скрытое притворство (как неотъемлемый атрибут иронии): предполагается, что подобное предложение адресат отвергнет с негодованием.

Модель **несопоставимых параллелей** обладает манипулятивным потенциалом в результате отождествления несообразных феноменов. Основной механизм заключается в произвольной экстраполяции некоторых

характеристик сопоставляемого коррелята на родственные в определённом смысле предметные области.

«Прием парацетамола может быть полезен при головных болях, но вряд ли кто-то будет утверждать, будто головные боли вызваны недостатком парацетамола в мозгу», – отмечает Майкл Блумфилд, руководитель исследовательской группы трансляционной психиатрии Королевского колледжа Лондона (Не гормон счастья. Почему депрессию неправильно объяснять низким серотонином. ТАСС. 01.08.2022).

Субъект речи экстраполирует корреляционные зависимости, к которым апеллировали создатели серотониновой теории (дефицит серотонина – причина / депрессия – следствие), на близкое предметное поле (дефицит парацетамола – причина / головные боли – следствие) и посредством выявленного алогизма дискредитирует доказательный потенциал научной гипотезы, которая основывается на столь абсурдных «логических отношениях». Автор реализует в ходе аргументации такие же каузальные связи, которые ранее выявили исследователи, однако результатом рассуждений становится не «стройная» теория, а явное противоречие. В данном случае наблюдается подмена понятий. Субъект речи произвольно расширяет интерпретационные рамки тезиса, истинного для конкретной ситуации, и проецирует его логическое обоснование на сопоставляемый коррелят, который обладает собственной (отличной от исходного контекста) спецификой (например, парацетамол не является гормоном, который вырабатывается в организме человека). Вследствие когнитивных искажений порождается паралогизм, который становится источником ироничного переосмысления. Конструкция *вряд ли кто-то будет утверждать* репрезентирует целенаправленность речевого поведения: субъект речи осознает, что истинной интенцией является создание остроумного (и очевидного) парадокса, а не выстраивание логических отношений, связывающих феномены. Модальное слово *вряд ли* актуализирует модус сомнения и тем самым порождает противоречие: напротив, субъект речи уверен в неоспоримости и оригинальности созданного парадокса. Контраст формы (формальные маркеры модальности неуверенности) и содержания (субъективная убежденность в силе аргумента) задает ироничный модус возражения. Неопределённое местоимение *кто-то*, являющееся носителем дейктической функции (указание на объект речи), при неограниченно широком поле интерпретации (*кто-то* – любой человек) в данном контексте обозначает адресата сообщения (*кто-то* – читатель). Автор предвосхищает возможное возражение и делает его почти невозможным: нелепо отрицать очевидное нарушение логических связей. Модус иронии способствует

преодолению потенциального сопротивления реципиента (вряд ли кто-то будет утверждать = вряд ли адресат не согласится с этим очевидным наблюдением). Однако значительно чаще в исследуемом материале использован **смешанный тип** ироничного возражения, сочетающий несколько моделей, которые органично дополняют друг друга и аккумулируют персуазивные возможности комического модуля высказывания.

Траектории осмысления научной информации в новостном гипертексте

Динамика интерпретации научного знания в научно-популярном медиадискурсе представляется в виде траекторий, отражающих процесс когнитивной обработки медиасообщения о научном открытии и механизм наращивания им смыслового потенциала. Научно-популярные медиатексты полисубъектны: позиционирование разных субъектов (автора, экспертов, представителей точек зрения) обусловлено необходимостью трансляции и координации широкого спектра смысловых позиций, что объясняется тенденцией к объективизации изложения. В результате достигается характерная многослойность научно-популярного нарратива: чередование модусов (несогласие, сомнение, насмешка и проч. как частные случаи модальности возражения), расширяющих проблемное поле дискуссии, обеспечивает согласованное функционирование научно-популярного медиадискурса.

Траектории движения смыслов в научно-популярной медиакommunikации характеризуются разной степенью сложности, определяемой дискуссионным потенциалом проблематики, наличием альтернативных точек зрения, значимостью научного открытия. Классификация, основанная на степени усложненности, включает одноуровневые и многоуровневые траектории (двух-, трёх- и более уровневые). Преобладание двух- и более уровневых цепочек в новостном гипертексте обусловлено активным формированием поля вовлеченности. Продуцирование интерпретационных цепочек подчинено некоторым закономерностям. По мере развития цепочки социально-ориентированная коммуникация преобразуется в личностно-ориентированное общение пользователей; таким образом поле вовлечения сменяется полем вовлеченности²³⁸. Иронично переосмысленная научная информация

²³⁸ Дускаева Л. Р., Иванова Л. Ю. Гипертекст одной новости в медиалингвистическом преломлении // *Вестник Южнославянского филологического факультета*. Кн. LXXVIII. Св. 1. 2022. URL: <https://www.isj.sanu.ac.rs/2022/10/21/juznoslovenski-filolog-lxxviii-1/>.

многогранна и содержит сведения не только о позиции автора, но и альтернативных точках зрения, а также отношениях между ними. Превосходство одного из взглядов становится основой ироничного возражения. Механизм формирования цепочек интерпретаций состоит в многократном переосмыслении транслируемых в медиа сообщений и комментарийных откликов. Каждое звено цепочки в определенном отношении коррелирует с остальными звеньями – является результатом смысловой переработки предыдущих речевых партий и одновременно становится стимулом для будущих интерпретаций²³⁹. В результате рождается диалог в научно-популярной коммуникации. Рассмотрим пример:

Исследование показало, что концентрация и активность серотонина никак не связаны с развитием депрессии у человека. Долгое время серотониновая теория оставалась одной из ведущих для объяснения патогенеза депрессии: про нее пишут в учебниках, говорят специалисты и на ее основе проводят исследования. Но теперь ученые считают, что её стоит признать эмпирически необоснованной (Лентач. 21.07.2022).



Рис. 2.

Текст представляет ситуацию в рамках *bona fide* коммуникации; автор демонстрирует осведомленность и эрудированность, которая на языковом уровне выражена в использовании терминов (*патогенез, серотонин, эмпирически необоснованной*), синтаксической организации речи (доминировании сложноподчиненных и распространенных конструкций), актуализации пласта лексики, связанного с научной сферой (*исследование, теория, ученые, специалисты, учебники*). Личностное начало выражено минимально, что демонстрирует тенденцию к объективации изложения. Однако взаимодействие текстового компонента с паратекстовым порождает комическое переосмысление референтной ситуации. Модусы текста и изображения вступают в очевидное противоречие, которое эксплицирует ироничное намерение автора, в том числе ориентированное на вовлечение

²³⁹ Дускаева Л. Р., Иванова Л. Ю. Гипертекст одной новости в медиалингвистическом преломлении // *Южнославянский филолог.* Кн. LXXVIII. Св. 1. 2022. URL: <https://www.isj.sanu.ac.rs/2022/10/21/juznoslovenski-filolog-lxxviii-1/>.

аудитории в обсуждение поднятой проблематики. Визуальный компонент представляет собой трансформированный мем с включением актуального семантического компонента (*серотонин*), который отсылает к содержанию текстового фрагмента. Лексема *виноват*, расположенная в позиции предиката и сочетаемая со словом *серотонин*, не создает семантически аномальное высказывание, что обусловлено спецификой контекста. Номинация *серотонин* обретает категорию одушевленности и становится именем собственным (на это, помимо прочего, указывает написание с заглавной буквы): неодушевленный предмет становится антропоморфным персонажем, занимающим место третьего участника прецедентной ситуации (в оригинале *Шоколад ни в чем не виноват, пацаны*; динамика смены антропонимов: прецедентное прозвище Шоколад → актуальное прозвище Серотонин). Включение формулы химического элемента в изображение в качестве третьего участника позволяет визуализировать абсурдность забавной фантазии, порожденной ассоциативным мышлением. В рамках единого поликодового образования лексема актуализирована одновременно в двух противоположных в определенном смысле семантических сценариях: научном (плоскость реальности: серотонин как ключевой фактор механизма депрессии) и «криминальном» (плоскость фантазии: серотонин как «участник» преступления). Доведение «степени вины» до абсурда и комическая несообразность сопоставляемых контекстов (серотонин – преступник, депрессия – преступление) задают ироничный модус интерпретации информации, продиктованный намерением подчеркнуть чрезмерно упрощенный характер объяснения сложных нейрофизиологических процессов.

Поликодовое образование обладает значительным персуазивным потенциалом, который способствует формированию активного поля вовлеченности. Проблематика характеризуется высокой степенью дискуссионности, технологическая площадка – широкими возможностями комментирования новостных медиатекстов. Проследим формирование ироничного модуса возражения в цепочке интерпретаций:

Пользователь 1: *Работать надо, и депрессии не будет*

Пользователь 2: *Пользователь 1, в две смены*

Пользователь 3: *Пользователь 1, в три лучшие*

Пользователь 4: *Пользователь 1, особенно на нелюбимой работе*

Пользователь 1 имеет поверхностное представление о депрессии как признанном научным сообществом заболевании и отождествляет данный феномен с ленью, тем самым отрицая факт его существования. В данном случае нарушена экзистенциальная пресуппозиция: предмет дискуссии, по

мнению Пользователя 1, в действительности не существует, что делает бессмысленным и комичным его обсуждение. В ироничной модальности комментарийного отклика завуалирован упрек, обращенный к остальным пользователям, которые всерьез принялись осмысливать значение научного открытия. Проницательные пользователи распознали маркеры ироничной интенции, заключенные в комментарии, и поспешили незамедлительно отреагировать и поднять на смех предложенный способ «лечения», демонстрирующий, что автор комментария совершенно некомпетентен в обсуждаемом вопросе. Комментарии-реакции представляют собой гипотетические продолжения исходного высказывания в ироничной модальности (*Работать нужно... в две смены / в три смены / на любимой работе*), способствующие намеренной абсурдизации ситуации. Слова-интенсификаторы *лучше* и *особенно* содержат контекстуально обусловленный семантический признак речевого реагирования и становятся маркерами выражения солидарности с пользователями, оставившими комментарии (Пользователь 3 – с Пользователем 2; Пользователь 4 – с Пользователем 2 и Пользователем 3). Гиперссылка в начале комментариев (*Пользователь 1* ...) маркирует синтагматические отношения и характеризует реакции пользователей как ироничное возражение, призванное поставить под сомнение интерпретацию Пользователя 1. Представленная цепочка интерпретаций включает три основные смысловые позиции: депрессия существует и провоцируется дефицитом серотонина; депрессия существует, но её механизм обусловлен иными факторами; депрессии не существует, следовательно, обсуждение данного вопроса бессмысленно. Каждое звено цепочки представляется ироничным возражением – обоснованием превосходства собственной позиции посредством иронизирования над альтернативными взглядами. Исследование поля вовлеченности демонстрирует тенденцию к обесцениванию научных открытий в данной предметной области. В комментариях отражены распространенные предрассудки, имеющие неизбежным следствием стигматизацию депрессивного расстройства: по мнению большинства пользователей, депрессия – это всего лишь проявление лени или грусти, «лекарство» от которого одно – работа.

Выводы

Результаты исследования ключевых механизмов ироничного возражения в сетевом научно-популярном медиадискурсе способствуют выявлению доминирующих векторов интерпретации и осмысления научной проблематики в общественном сознании. В научно-популярном

медиадискурсе ироничный модус возражения полифункционален и преимущественно направлен на выявление слабой аргументативной базы альтернативной точки зрения, обоснование превосходства позиции субъекта речи, смещение фокуса со сферы эмоций на область научного осмысления информации, комическое переосмысление обнаруженных в каузальных связях паралогизмов / противоречий. С целью изучения смысловых трансформаций релевантным представляется применение типологии лингвокогнитивных моделей, реконструкции цепочек интерпретаций и комплексный анализ медиатекста как целостного полимодального образования.

ЛИТЕРАТУРА

- Васильева В. В., Иванова Л. Ю.* Праксиологическая критика комической медиаречи // Медиалингвистика славянских стран: монография / Под науч. ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2020. С. 428–454.
- Дускаева Л. Р.* Медиадискурс // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 55–61.
- Дускаева Л. Р.* Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: Флинта, 2019.
- Дускаева Л. Р., Иванова Л. Ю.* Гипертекст одной новости в медиалингвистическом преломлении // Јужнословенски филолог. Кн. LXXVIII. Св. 1. 2022. URL: <https://www.isj.sanu.ac.rs/2022/10/21/juznoslovenski-filolog-lxxviii-1/>.
- Кожарнович М. П.* Медиатизация медицинского дискурса: способы, атрибуты и риски // Медиалингвистика. 2021. № 8(4). С. 421–437.
- Пивоварчик Т. А.* Сетевой медицинский дискурс: коммуникативные практики тематических интернет-сообществ // Вестник ВГУ. 2018. № 4. С. 148–155.
- Рязанцева Т. И.* О категориях гипертекста // Медиалингвистика. 2019. № 6(3). С. 327–340.
- Burgers C., van Mulken M.* Humor Markers // The Routledge Handbook of Language and Humor / Attardo S. (ed.). 2017. Pp. 385–399.
- Duskaeva L.* The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication. Taylor & Francis. 2022.
- Duskaeva L.* Humour as an information-influencing resource in mass media // The European Journal of Humour Research. 2021. № 9 1). Pp. 29–43.

Речевая провокация в научно-популярных телепередачах²⁴⁰

Интерес к научным достижениям, основы которого были заложены еще в СССР, продолжает сохраняться и в нынешней России. Об этом свидетельствуют данные опроса ВЦИОМ: 74% россиян смотрят научно-популярные фильмы и передачи²⁴¹.

Одним из методов воздействия на зрителя в современной телевизионной журналистике оказывается провокация. В борьбе за рейтинги и внимание аудитории провокация выступает в качестве средства, способного привести к желаемым результатам. Исходя из представления о провокации как о нестандартном действии, целью которого выступает получение необходимой реакции собеседника, к результатам такого действия относится изменение модели поведения адресата провокации – как собеседника, так и зрителя²⁴². В данном исследовании ставится вопрос: какова специфика использования речевой провокации в научном сегменте телевизионного дискурса?

Термин «речевая провокация» не имеет однозначного толкования в современных исследованиях. Интерес для нас представляет используемый В. Н. Степановым прагмалингвистический подход к провокации, суть которой заключается в ретрансляции интенционального состояния от говорящего к слушающему²⁴³. Ученый говорит о провоцировании как технологии, «символическом представлении (“показывании”) говорящим реально испытываемых или имитируемых эмоций, чувств, состояний с целью заразить ими собеседника и вызвать у него аналогичное внутреннее состояние, которое не соответствует его актуальному состоянию»²⁴⁴.

Иной подход к провокации предлагает О. С. Иссерс: «речевая провокация – это целенаправленное, мотивированное, преимущественно контролируемое коммуникативное поведение, направленное на (1) получение

²⁴⁰ Исследование выполнено при поддержке гранта РНФ 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной коммуникации».

²⁴¹ Научпоп в тренде // ВЦИОМ. 19.05.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nauchpop-v-trende>. Дата обращения: 25.08.2022.

²⁴² Артамонова И. М., Зиборова Е. Е. Провокация как метод воздействия на человека: особенности использования в ток-шоу // Материалы Международной конференции «Современное медиапространство Луганщины: вызовы, тенденции развития». URL: <https://infopedia.su/30x18026.html> Дата обращения: 22.08.2022.

²⁴³ Степанов В. Н. Провокационный вопрос с точки зрения прагмалингвистики // Московский лингвистический журнал. М., 2003. Т. 6. № 2. С. 157–180.

²⁴⁴ Степанов В. Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации. Автореф. ... д.филол.н. СПб., 2005. С. 6.

информации, которую собеседник не желает сообщать добровольно, либо (2) дестабилизацию его эмоционального состояния»²⁴⁵. Признавая справедливость такого подхода, отметим, что исследуемая нами область – научно-популярная журналистика – тесно связана с целью научной речи, заключающейся в сообщении нового знания о действительности и доказательстве ее истинности²⁴⁶. Соответственно, научно-популярная коммуникация предполагает характер не противодействия, а взаимодействия коммуникантов, при котором они не имеют заведомой цели сокрытия информации или намерения устроить скандал для повышения рейтингов. Исходя из этого, в рамках данного исследования мы будем пользоваться прагмалингвистическим определением провокации как стремления говорящего передать демонстрируемое состояние адресату с целью вызвать ответную реакцию.

Признавая потенциально широкую трактовку любого речевого акта, определяемого в понятиях «стимул – реакция», как провокативного, для кристаллизации изучаемого явления выделим лингвистические признаки провокации. В первую очередь, речевая провокация включает интенцию побуждения (что следует из дефиниции В. Н. Степанова), как прямого, так и косвенного. К другим признакам, выделяемым исследователями, отнесем агональность (выступающую причиной необходимости воздействия на адресата) и неконвенциональность (несоответствие речевого поведения адресанта коммуникативной ситуации, «эффект неожиданности»)²⁴⁷.

Наконец, принципиально важным для данной работы оказывается разграничение понятий «провокация» и «манипуляция». При всей схожести двух явлений, выделяются существенные различия: во-первых, манипуляция носит преднамеренный характер, тогда как провокация может быть как подготовленной, так и спонтанной²⁴⁸. Во-вторых, провокация нацелена на активную реакцию адресата, тогда как адресат манипуляции может оставаться пассивным: «в отличие от манипуляции провокация осознается и осмысливается именно как логическая цепочка»²⁴⁹. Соответственно, мы

²⁴⁵ Иссерс О. С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. 2009. № 2(18). С. 92–104.

²⁴⁶ Кожина М. Н. Научный стиль // Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М. Н. Кожинной. URL: <http://rudictionary.com/stylistic/Nauchn-stil-221.html#gsc.tab=0>. Дата обращения: 25.08.2022.

²⁴⁷ Штеба А. А. Лингвистические признаки провокации // *Litera*. 2017. № 1. С. 120–128. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=19580. Дата обращения: 24.08.2022.

²⁴⁸ Степанов В. Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации. Автореф. ... д. филол. н. СПб., 2005. С. 14.

²⁴⁹ Середухина Т. А. Ошибки провокатора в аспекте фреймовой коммуникативной стратегии // *APRIORI*. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oshibki-provokatora-v-aspekte-freymovoy-kommunikativnoy-strategii>. Дата обращения: 23.08.2022.

можем оценить успешность провокации по перлокутивным эффектам, где отсутствие реакции адресата свидетельствует о коммуникативной неудаче²⁵⁰.

Итак, определив сущностные характеристики и лингвистические признаки речевой провокации, мы можем рассмотреть реализацию данного явления в научно-популярных телевизионных передачах.

История научно-популярного телевидения насчитывает уже более 70 лет – с 1951 года, когда на Центральной студии телевидения была открыта редакция научно-популярных и учебных программ. На современном телевидении наука представлена широко: это и специализированные каналы «Наука», «Моя планета», «Просвещение», и серии документальных фильмов, и научно-популярные передачи в различных жанрах (от ток-шоу до расследований), и краткие репортажи о научных достижениях в рамках новостных передач. В рамках данного исследования нас в большей степени интересует спонтанная реакция участников диалога на провокацию, поэтому в качестве эмпирической базы мы выбрали передачу «Мы и наука. Наука и мы» (производство телеканала «НТВ» и просветительского проекта компании «Росатом» «Homo Science»). Провокация также используется и в документальных фильмах – для исследования мы отобрали передачу «Научные расследования Сергея Малоземова» (телеканал НТВ и АНО «Национальные приоритеты»).

Наличие провокативных речевых действий в передаче «Мы и наука. Наука и мы» обусловлено форматом ток-шоу. В теме выпуска ставится научный вопрос (например, «Через 10 лет все батарейки будут атомными?»), ведущий Владимир Антохин приглашает ученых-«оптимистов», отвечающих на заявленный вопрос положительно, а ведущая Екатерина Шугаева приглашает экспертов-скептиков, поддерживающих противоположную точку зрения. Таким образом, основным принципом построения передачи оказывается агональность – одно из обязательных условий провокации.

Выпуски передачи «Научные расследования Сергея Малоземова» по формату представляют документальные фильмы, посвященные феноменам, широко распространенным в современном обществе. Журналист с помощью экспертов и экспериментов пытается дать ответ на вопрос, научны или антинаучны эти феномены (теория плоской Земли, экстрасенсорные способности, гомеопатия и т. д.).

Таким образом, выбранные нами передачи содержат состязательный элемент, а значит, потенциально могут использовать провокацию. Рассмотрим степень явленности этого феномена в выпусках обеих передач.

²⁵⁰ Иссерс О. С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. 2009. № 2(18). С. 92–104.

Для анализа речевых провокативных действий мы воспользовались следующей методикой:

- определение провокативного действия (соответствие критериям агональности, неконвенциональности и побуждения);
- анализ провокативного действия (определение цели адресанта и языковых средств ее достижения);
- определение перлокутивного эффекта, порождаемого провокацией (выражение адресатом согласия, возражение или игнорирование (коммуникативная неудача)).

В рамках данного исследования были проанализированы по 8 выпусков каждой из передач. Рассмотрим подробнее выпуск передачи «Мы и наука. Наука и мы» от 02.06.2022. Тема выпуска – «Через 10 лет космический мусор закроет космос?». Эксперт-«скептик» А. Петрукович провоцирует ведущих и своих оппонентов-«оптимистов»²⁵¹:

Э: Если говорить о низкой околоземной орбите, куда мы сейчас хотим запустить вот эти тысячи связных спутников...

В: Мы не хотим!

Э: Вы как потребители за это заплатите, в прямом смысле – за услугу в смартфоне.

В: То есть каждый из нас отвечает за то, что мусора на орбите становится больше?

Э: Да, конечно, потому что это потребительский спрос.

Подводя итоги программы, ведущая снова вернулась к этому высказыванию.

В: О чем я сегодня впервые задумалась: мы с вами, являясь потребителями, сами оплачиваем этот мусор. Причем, когда мы покупаем связь, нас не предупреждают, что, если ты хочешь быстрый интернет, то вот еще один спутник и еще мусор. И значит, об этом нужно разговаривать и выработать не просто какие-то правила, как сейчас, на словах, а должны быть какие-то прямо законы разработаны.

Таким образом, мы можем определить эту коммуникативную ситуацию как речевое провоцирование: агональность представлена противостоянием эксперта-скептика и ведущих, не подозревающих о своей роли в проблеме; неконвенциональность проявляется в использовании обвинения в адрес людей, не знающих о своей ответственности. Цель этой провокации – запугивание, средство ее достижения – глагол в будущем времени *заплатите*. Будущее время здесь реализует предупреждение о последствиях, к которым приведут действия адресата – как ведущих, так и аудитории. В репликах-реакциях ведущей (*каждый из нас отвечает, мы с вами сами оплачиваем этот мусор*) используются личные местоимения 1-го лица,

²⁵¹ Здесь и далее: Э – эксперт, В – ведущий.

которые демонстрируют коммуникативный успех провокации – эксперту удалось сфокусировать внимание на ответственности потребителей. В сильной позиции финала ведущая повторяет тезис эксперта и самостоятельно предлагает способы решения проблемы. Это типичный прием эффективного применения провокации, где происходит эмоциональное «заражение» адресата, вследствие чего между говорящими формируется согласие по рассматриваемому вопросу.

В выпуске от 03.12.2021 «Через 10 лет все батарейки будут атомными?» ученый А. Капустин выступает в роли независимого эксперта:

Очень часто и сейчас можно услышать об опасности атомных батареек, о неуправляемых реакциях, которые могут привести к атомному взрыву, муссируются слухи о постоянных авариях на атомных электростанциях. В метро нельзя спускаться – станешь импотентом, там радиация сильнее, чем в Чернобыле. Если ты хоть раз проедешь в автобусе с излучающим человеком, то можешь заразиться от него. Ну Подмоскowie – это вообще склад отходов атомной продукции. И нет ничего, конечно, страшнее, чем светящийся циферблат на часах. Все эти слухи распространяются не сами по себе, за ними всегда стоит опытный кукловод. Но против всех этих домыслов и слухов есть одно очень важное оружие – это правда. Правда, которую должны рассказывать специалисты и школьникам, и студентам, и вообще всем людям.

Этот монолог мы также можем отнести к провокативным: в нем содержится побуждение к действию, он имеет неконвенциональный характер (за счет использования слухов), а агональность представлена возражением специалистам, которые недостаточно просвещают общественность. Цель провокации – побудить экспертов больше говорить о безопасности мирного атома, сместить фокус рассмотрения проблемы с перспектив внедрения термояда на безопасность технологии. Основным средством, создающим провокацию, оказывается несобственно-прямая речь, с помощью которой эксперт транслирует смысловую позицию генерализованного субъекта – набор неких антинаучных стереотипов, существующих в обществе. Для трансляции абсурдности этих стереотипов эксперт использует гиперболу: *радиация сильнее, чем в Чернобыле, Подмоскowie – это вообще склад отходов* и др. В провокативном речевом акте используются глаголы будущего времени – *станешь, проедешь*. Как и в предыдущем примере, будущее время выражает предупреждение о последствиях, но источником этого предупреждения выступает не сам эксперт, а генерализованный субъект несобственно-прямой речи.

В ответ на этот монолог эксперт С. Мацкеплишвили отвечает: *Хотел бы об этом сказать как врач и как человек, который работает в области ядерной медицины. Ядерные технологии абсолютно безопасны! Об этом надо говорить: это самая безопасная и зеленая технология, которая есть на*

сегодняшний день. Ответ эксперта можно считать свидетельством того, что провокация оказалась успешной, побуждение специалистов к действию сразу же породило ответное действие – просвещение общественности. Перлокутивный эффект, вызванный провокацией – согласие.

К речевой провокации прибегают не только эксперты, но и ведущие, однако их провокативные действия не приводят к возникновению эффекта согласия. В выпуске «Через 10 лет термояд наведет на Земле порядок?» ведущая задает эксперту-экономисту вопрос:

В: А если действительно энергии будет много, она будет безопасной, доступной, дешевой – а не обрушит ли это всю экономику мира и не наведет ли это жуткий беспорядок? Если ее будет завались, бери – не хочу, пустыни орошай.

Э: Беспорядок, конечно, термояд не наведет в этом случае по одной простой причине: он войдет в экономику, только если он будет там конкурентоспособен.

Коммуникативная ситуация агональна (противопоставление экономически выгодной и невыгодной ситуаций), носит неконвенциональный характер (используется преувеличение) и содержит косвенное побуждение (считать термояд опасным для мировой экономики). Цель такой провокации – получить подтверждение описанному сценарию, средства ее достижения – условные конструкции с союзом *если*, присоединяющие глаголы будущего времени *будет, обрушит, наведет*. Журналист высказывает опасения относительно прогноза развития событий и с помощью экспрессивных средств (таких как гипербола *обрушит всю экономику, пустыни орошай*, синтаксическая конструкция со значением множества *бери – не хочу*, разговорная лексика *жуткий, завались*) использует речевую провокацию для предупреждения о последствиях. Однако эксперт, обладая всей полнотой информации, не подвергается провокации, сохраняет спокойствие, корректно возражая выдвинутому тезису.

Более удачная разновидность провокации, к которой прибегают ведущие в каждом выпуске, представляет собой постановочные ситуации с использованием реквизита. Рассмотрим пример, встретившийся в выпуске от 07.10.2021 «Через 10 лет наука запретит сотовую связь?»:

В1: Получается, сотовая связь в общем-то небезопасна. А если вспомнить обычную, проводную связь?

В2: Обычную проводную? Вот такую вот? [Достает две жестяные банки, скрепленные проводом, одну из банок передает соведущей. Кричит в банку.] *Барышня, барышня, мне Зимний!*

В1: [Кричит в банку.] Зимний слышит, слышно хорошо?

В2: Отлично, никакой сотовой связи не надо.

В1: Давай сдадим сотовые телефоны, мы отлично себя чувствуем. [Убирает банку.] *Ну смотрите, если проводная связь безопаснее, может быть, вернуться к проводной связи?*

Э: Несколько новостей. Первая новость заключается в том, что мы вас слышали и провод не помог.

Разыгрываемая ситуация агональна (противопоставляет сторонников сотовой связи сторонникам проводной), неконвенциональна по причине использования комичного реквизита и соответствующего поведения ведущих, побуждает экспертов к рассмотрению вопроса проводной связи. Но цель такой провокации – не продемонстрировать превосходство проводного телефона, а развлечь, рассмешить аудиторию. Эксперт расшифровывает посыл и подыгрывает, оформляя возражение в комической тональности. Мы можем говорить о коммуникативном успехе, но речевая провокация используется здесь (как и в каждом выпуске) в качестве «сайнстейнмента» – инструмента для «изложения и подачи научной информации для массовой аудитории через интеграцию в контент развлекательных элементов»²⁵². Такие сцены, сочетающие в себе речевую провокацию, использование реквизита и порождающие при их объединении комичные ситуации, призваны, исходя из определения сайнстейнмента, «оживить подачу научного материала и привлечь зрителя»²⁵³. Мы не можем говорить о возникновении эффекта согласия или возражения в таких случаях, поскольку адресаты, как правило, расшифровывают заложенную в сайнстейнмент фатическую интенцию и не рассматривают провокативное действие всерьез.

Таким образом, в передаче «Мы и наука. Наука и мы» были отмечены следующие особенности использования речевой провокации:

- в ситуации возражения речевая провокация удачнее используется экспертами, нежели ведущими;
- основные цели использования речевой провокации – переубеждение, смещение фокуса (в т. ч. с помощью насмешки, запугивания);
- заранее подготовленная речевая провокация между ведущими может использоваться в качестве сайнстейнмента – средства развлечения аудитории;
- в качестве языковых средств создания провокации чаще используются глаголы будущего времени, выражающие коммуникативное намерение предупреждения о последствиях. Это свидетельствует об использовании провокации как инструмента побуждения собеседника к

²⁵² Неренц Д. В., Скворцова А. Н. Особенности применения метода сайнстейнмента в научно-популярной журналистике (на примере программ телеканала «Наука») // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2021. № 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-primeneniya-metoda-saynsteynmenta-sciencetainment-v-nauchno-populyarnoy-zhurnalistike-na-primere-programm-telekanala>. Дата обращения: 27.08.2022.

²⁵³ Там же.

размышлению над способами решения проблемы, поиску истины, что является одной из основных задач научной коммуникации.

В передаче «Научные расследования Сергея Малоземова» мы наблюдаем иные способы использования речевой провокации. К исследуемой технологии создатели программы прибегают в выпуске от 09.04.2022 «Что могут экстрасенсы?» при общении одного из героев со «специалистом по эзотерике». После постановки экстрасенсом неверного диагноза между героем и экстрасенсом происходит провокативный диалог:

Г: Дело в том, что я профессиональный хоккеист. Несколько лет я не играл, но сейчас я снова возвращаюсь на лед. Последний раз диспансеризацию я проходил весной этого года, я уверен на 1000%, по здоровью у меня все отлично.

Э: А я тоже вам говорю, что, если я сказала, что орган болеет – пусть со мной никто не спорит. <...> Если у вас что-то болит, вы ничего не принимайте, сразу мне звоните, пишите, я помогу вам, где бы вы ни были.

Приведенная провокативная ситуация неудачна с точки зрения интересубъектной коммуникации, поскольку адресат не расшифровал провокацию. Однако, как мы упоминали выше, провокация в публичном пространстве всегда направлена и на массовую аудиторию, даже в случае игнорирования ее непосредственным адресатом.

К речевой провокации прибегают герои выпусков-сторонники антинаучных идей. А. Великанов, герой передачи «Земля – не шар?» (выпуск от 16.04.2022), сторонник теории «плоской Земли», так формулирует свою точку зрения: *Ты когда слышишь информацию про космос, пытаешься ощутить, как летишь ты на Земле, куда летишь, какой смысл этого полета. Смысла у этого шара никакого нет.* Провокативный речевой акт (противопоставленный сторонникам теории о шарообразной Земле, направленный на переубеждение собеседника с помощью апелляции к разуму) выступает в качестве стимула для создателей передачи, где весь остальной выпуск, включающий эксперименты и консультации со специалистами, представляет собой реакцию, последовательное возражение всем аргументам, которые высказывают сторонники плоской Земли. По такому же принципу «провокативный стимул – последовательное возражение» построено большинство выпусков передачи «Научные расследования Сергея Малоземова». Приведем примеры провокативных стимулов: *Этого вируса нет, он никем не установлен. Как вы считаете, если 200 китайцев заболели в какой-то деревне, одновременно один и тот же сценарий во всем мире, посадили все самолеты на прикол. Это не сговор? Этих вопросов не задал никто* (Отрицатели болезней. 30.04.2022), *Вот была обезьяна, вот она вскочила на задние ноги, стала махать палкой и*

превратилась в человека. И у нее вдруг шерсть отпала. Ну ведь это абсурдно совершенно (Дарвин ошибался? 28.05.2022). При таком использовании речевой провокации последующий выпуск выступает в качестве опровержения смысловой позиции, озвученной в начале. Для создания провокации в таких случаях используются ряды глаголов в прошедшем времени: *вскочила, стала, превратилась* и т. д. Факты, изложенные глаголами прошедшего времени, обобщаются конструкцией без глагола: *смысла никакого нет, этого вируса нет, это абсурдно*. Отсутствие глаголов будущего времени или маркеров модальности долженствования показывает, что цель таких провокативных актов – уже не поиск решения проблемы, а опровержение существующих научных концепций. Для усиления провокативного эффекта используются экспрессивная лексика (*сговор, абсурдно*), лексические повторы и риторические вопросы. Однако основным средством провоцирования оказывается псевдологический вывод: тезис, который формирует провокатор, не основывается на приведенных фактах. Повторяемость такого приема свидетельствует о том, что речевая провокация сторонниками ненаучных идей используется с целью заявления своей позиции, выражения возражения существующим концепциям, но не с целью поиска истины.

Выводы

В ходе исследования научно-популярных передач, выходящих на телеканале «НТВ», были определены следующие функции речевой провокации:

- использование в качестве реплики-стимула для построения последующего содержания в модальности возражения;
- убеждение аудитории в точке зрения создателей передачи;
- переубеждение собеседника (в том числе с помощью запугивания и насмешки);
- смещение фокуса внутри рассматриваемой проблемы.

Языковые средства, формирующие речевую провокацию, могут быть разделены на три группы:

- глаголы будущего времени, направленные на предупреждение о последствиях и поиск решения научной проблемы;
- ряды глаголов прошедшего времени, обобщаемых с помощью псевдологического вывода с целью возражения научным идеям;
- экспрессивные лексические и синтаксические средства, используемые для усиления провокативного эффекта.

Самые перспективные для дальнейшего исследования выводы, на наш взгляд, обнаружены при исследовании перлокутивных эффектов использования провокации. Наряду с общепринятыми согласием и игнорированием, в научно-популярных телепередачах наблюдаются такие эффекты, как возражение (при условии, что адресат владеет достаточным количеством аргументов), развлечение (при использовании провокации как инструмента сайнстейнмента) и формирование последовательного возражения как основания композиции всего выпуска (в таком случае мы можем говорить о построении передачи в жанровой модели опровержения).

ЛИТЕРАТУРА

Артамонова И. М., Зиборова Е. Е. Провокация как метод воздействия на человека: особенности использования в ток-шоу // Материалы Международной конференции «Современное медиапространство Луганщины: вызовы, тенденции развития». URL: <https://infopedia.su/30x18026.html>. Дата обращения: 22.08.2022.

Иссерс О. С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. 2009. № 2(18). С. 92–104.

Научпоп в тренде // ВЦИОМ. 19.05.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nauchpop-v-trende>. Дата обращения: 25.08.2022.

Неренц Д. В., Скворцова А. Н. Особенности применения метода сайнстейнмента в научно-популярной журналистике (на примере программ телеканала «Наука») // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2021. № 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-primeneniya-metoda-saynsteynmenta-sciencetainment-v-nauchno-populyarnoy-zhurnalistike-na-primere-programm-telekanala>. Дата обращения: 27.08.2022.

Середухина Т. А. Ошибки провокатора в аспекте фреймовой коммуникативной стратегии // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oshibki-provokatora-v-aspekte-freymovoy-kommunikativnoy-strategii>. Дата обращения: 23.08.2022.

Степанов В. Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации. Автореф. ... д.филол.н. СПб., 2005.

Степанов В. Н. Провокационный вопрос с точки зрения прагмалингвистики // Московский лингвистический журнал. М., 2003. Т. 6. № 2. С. 157–180.

Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М. Н. Кожинной. URL: <http://rudictionary.com/stylistic/Nauchn-stil-221.html#gsc.tab=0>. Дата обращения: 25.08.2022.

Штеба А. А. Лингвистические признаки провокации // Litera. 2017. № 1. С. 120–128. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=19580. Дата обращения: 24.08.2022.

Полемиическая стратегия в представлении нового знания в авторском проекте «Голый землекоп»²⁵⁴

Новое знание как предмет освещения в научно-популярных массмедиа

Исследование современных массмедиа показывает, что представители науки (включая научную журналистику) постоянно ищут наиболее эффективные способы распространения научных знаний. Задача акторов научно-популярного дискурса – сделать новое научное знание неотъемлемой частью картины мира адресата, т. е. массовой аудитории. Под картиной мира мы понимаем «концептуальный образ мира, вычленение наиболее важных и существенных свойств элементов мира»²⁵⁵. И уже на этом этапе ученые отмечают необходимость обоснования понятий «новое знание» и «новое научное знание»²⁵⁶. Этот вопрос оказывается дискуссионным, т. к. по-разному интерпретируется в работах философов, социологов, историков, медиавистов и т. д.

Философская концепция определяет условия формирования нового знания: в процессе научного познания новое знание может дополнять уже имеющиеся у личности, а может «стимулировать трансформацию всего имеющегося массива знаний»²⁵⁷. Это особенно важно при изучении феномена массмедиа, в функциональные задачи которых входят идеологическая, просветительская, воспитательная. Особую роль в этом процессе играют научно-популярные издания и научные журналисты (показательно, что в 2019 году Ассоциацией коммуникаторов в сфере образования и науки и Фондом инфраструктурных и образовательных программ (группа Роснано) была учреждена премия «Научный журналист года»; с 2021 года премию поддерживает научно-технологическая компания Merck²⁵⁸). Социологи настаивают на разведении понятий «знание» и

²⁵⁴ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФ, проект № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакommunikации».

²⁵⁵ Чернобров А. А. Научная и «наивная» картины мира: культурологический, лексический и текстологический аспекты // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 7. С. 230–236.

²⁵⁶ Дискурс, концепт, жанр / Отв. ред. М. Ю. Олешков. Нижний Тагил, 2009; Пружинин Б. И. Феномен «нового знания» в концептуальной сетке философии науки // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2020. Т. 36. Вып. 3. С. 473–483; Селезнева Л. В. Концепт «знание» в научном и образовательном дискурсе // Актуальные проблемы качества образования в высшей школе. Тверь, 2018. С. 96–103.

²⁵⁷ Пружинин Б. И. Феномен «нового знания» в концептуальной сетке философии науки // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2020. Т. 36. Вып. 3. С. 474.

²⁵⁸ <https://akson.science/project-list/journalist-goda-2021/>

«научное знание», «социально-научное знание» и социальное «знание»²⁵⁹, объясняя это различием **научной** и **наивной** картин мира. При этом наивная картина мира понимается как языковая, основанная на бытовых, а не на фундаментальных представлениях²⁶⁰. Средством закрепления в массовом сознании нового научного знания является (медиа)текст, который еще М. М. Бахтин назвал высшей единицей общения²⁶¹, поэтому специального изучения заслуживают языковые средства создания текста, продвигающего новое научное знание.

Цель научно-популярной медиакommunikации – адаптировать для массовой аудитории новое научное знание, превратив его в привычный, освоенный и принятый, элемент наивной картины мира. Отметим принципиальную разницу в понимании новости журналистами и учеными. СМИ и журналистика работают в первую очередь с абсолютной новостью, согласно словарю, с тем, что «ранее не было известным; с недавно полученным сведением, известием, сообщением»²⁶². Информационным поводом для такого типа новости чаще всего является событие («то, что произошло, случилось»²⁶³); в ряду таких событий, как выборы президента, коммунальная авария, премьера фильма, оказывается и научное открытие. Новость в понимании ученых – это результат исследований и открытий, связанных с освоением той или иной области реальной (теперь и виртуальной) действительности (окружающего мира, общества, человека и т. п.)

Принципиальными в этом случае представляются четыре характеристики нового знания:

1) новое научное знание – это всегда **результат** большой, продолжительной во времени (иногда и в пространстве) работы, часто основанной на научной полемике, что требует концентрированного (лапидарного) представления результата в медиа и поиска таких языковых средств, которые позволят сделать новое научное знание частью уже сложившейся наивной картины мира для массовой аудитории;

²⁵⁹ Scheler M. Probleme einer Soziologie des Wissens // Scheler M. Gesammelte Werke. Bd. 8. Die Wissensformen und die Gesellschaft. Bern, 1980. S. 15–190; Малинкин А. Н. Социология знания и современное «Общество знания» // Социологический журнал. 2002. № 2. С. 36–58.

²⁶⁰ Чернобров А. А. Научная и «наивная» картины мира: культурологический, лексический и текстологический аспекты // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 7. С. 230–236.

²⁶¹ Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Эстетика словесного творчества. 2-е изд. М., 1986. С. 297–325.

²⁶² Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М., 2000. URL: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/n/novost>

²⁶³ Там же. URL: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/c/sobytiye>

2) прагматичность, утилитарность как неперенное свойство медиакоммуникации²⁶⁴ может снижаться и вовсе исключаться в сообщении о новом научном знании, т. к. не всегда адресат осознает роль научного открытия в его повседневной жизни, даже если это касается медицины (о чем свидетельствует полемическая ситуация с массовым «сопротивлением» вакцинации в период пандемии COVID-19);

3) новое научное знание предполагает трансформацию или дополнение языковой картины адресата, в том числе и массового, что в свою очередь требует освоения языком СМИ новых понятий (терминов), вокруг которых нередко возникает полемика между представителями медиаотрасли, научного сообщества, массовой аудитории (например, так было с понятием «путинизм»);

4) сообщение о новом научном знании оказывается в бесконечном потоке новостей, т. е. новых знаний о мире, о современной реальности, которые принято скорее скроллить²⁶⁵, нежели внимательно звучать; однако язык представления научного знания не предполагает такого поверхностного восприятия информации, чаще всего требует более или менее активного участия в полемике, дискуссии.

Научно-популярный дискурс как аргументирующий тип коммуникации

Все это делает чрезвычайно важной и актуальной профессиональную деятельность научного журналиста, который оказывается посредником между узкоспециальной научной коммуникацией и массовой аудиторией. Такая «онтологически присущая медиатекстам черта»²⁶⁶ как диалогичность обеспечивает сложный, многоуровневый процесс освоения нового знания благодаря вовлечению в полемику, в обсуждение нового научного знания огромного количества субъектов, вступающих с той или иной степенью активности в глобальный полилог, в результате которого формируется «коллективный субъект познания»²⁶⁷.

²⁶⁴ Коньков В. И. Медиа речь: содержание понятия и принципы анализа // Мир русского слова. 2016. № 3. С. 58–63.

²⁶⁵ Баранова Е. А. Новые формы предоставления контента на сайтах российских газет // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2016. № 3. С. 115–119; Barashkina E., Virovtseva E., Maslenkova N. Media Text Of A City Online Newspaper: Functional Capabilities // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences Ep-SBS. LXVI. 2019. № 2. Pp. 515–523; Тяжлов Я. И. Актуальные формы медиатекстов, посвященных кино: жанровые и языковые тенденции // Медиалингвистика. 2016. № 2 (12). С. 71–80 и др.

²⁶⁶ Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2019. С. 36.

²⁶⁷ Крушанов А. А. Эпистемологические особенности коллективных познавательных процессов // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2019. № 2. С. 111–116.

Выбор такого способа коммуникации обусловлен полемичностью научно-популярного дискурса: «Аргументативный дискурс предоставляет большой круг возможностей для ведения различного вида дискуссий, которые включают в себя политические дебаты, полемику, споры, где партнерам по коммуникации приходится прибегать к множеству речевых актов и использовать различные стратегии и тактики ведения диалога»²⁶⁸. Эффективность в этом случае обусловлена особенностями поведения участников диалога, спецификой их фоновых знаний, степенью их погружения в тему и выбором языковых средств.

Расширение (формирование) субъективной картины мира потребителя информации может быть критичным или некритичным, в связи с этим оценка нового научного знания может варьироваться от позитивной, нейтральной до категорически негативной. Все эти оценки не просто становятся обязательными компонентами медиадискурса, но, собственно, и превращают массово-коллективный диалог в объективный процесс создания общей картины мира. К главным критериям оценки нового научного знания с точки зрения потребителя информации можно отнести следующие: его роль и значение в культуре, в социальной практике, в личной жизни.

Все перечисленные выше факторы определяют специфику закрепления нового научного знания в субъективной и коллективной (социальной) картине мира: время освоения, масштаб (не)приятя, качество оценок. Стратегия возражения оказывается востребованной в такого рода медиадискурсе и адресантом, и адресатом, поэтому ее можно назвать типологической чертой научно-популярной медиакommunikации, основанной на «сопротивлении» материала, который требует специального языка для включения научной новости в повестку дня, и на «сопротивлении» потребителя информации, от которого требуются специальные усилия для освоения нового знания. Цель этого сложного процесса – интеграция научного знания в устоявшуюся картину мира.

Полемика в процессе концептуальной интеграции

Концептуальная интеграция предполагает творческое освоение нового знания, которое невозможно без вовлечения всех участников коммуникации в общую когнитивно-познавательную, рационально-аксиологическую деятельность. На таком творческом подходе, рассчитанном на вовлечение и

²⁶⁸ Космодемьянская В. И. Стратегии и тактики в аргументативном полемическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2016. № 1 (55). С. 100.

вовлеченность²⁶⁹ адресата, построен авторский проект «Голый землекоп» научного журналиста Ильи Колмановского²⁷⁰. Интересно уже то, что И. Колмановский выбрал формат аудиоподкаста. Подкаст – это то, что можно слушать фоном, т. е. научный журналист уверен, что и осознание научного знания вполне допустимо в таком формате, а в контексте исследования научно-популярного дискурса подобный способ предъявления нового научного знания позволяет сосредоточиться на речевых конструкциях и действиях.

Исследователи выделяют четыре главных функции подкаста: информационную, ценностно-регулирующую, функцию форума, или канала социального участия, социально-креативную²⁷¹. Все эти функции делают подкаст эффективным средством коммуникации в научно-популярном дискурсе, в котором полемика становится типобразующей коммуникативной стратегией. Из выделенных в работах исследователей характеристик подкастинга при изучении научно-популярной коммуникации наиболее значимыми представляются следующие:

- исключение отвлекающих факторов (визуальных и мультимедийных элементов) в процессе освоения сложной для понимания информации;
- обращение авторов подкаста к таким эффективным, воздействующим на адресата свойствам устной речи, как интонационная выразительность и эмоциональность, тембр и темп речи, мелодика, акцентуационные паузы.

Интересно, что уже в синопсисе автор проекта «Голый землекоп» акцентирует внимание аудитории на индивидуальной картине мира: *Илья Колмановский: самые интересные новости науки и какое они имеют отношение к вам*. Не менее показателен и тот факт, что выбор темы для очередного подкаста обуславливается двумя причинами: *1) научными интересами автора и ведущего, кандидата биологических наук; 2) наибольшим общественным запросом на знания*²⁷². Первая обеспечивает авторитетность авторских оценок и мнений, точки зрения, принципов аргументации. Вторая поддерживает идею прямого отношения нового научного знания к персональной повестке дня коллективного адресата.

²⁶⁹ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. СПб., 2012; Дускаева Л. Р. Диалогичность // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2018; Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2019.

²⁷⁰ <https://libolibo.ru/zemlekop>

²⁷¹ Володин А. А. Дидактические свойства и функции технологии подкастинга // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. № 2; Куприянова А. В. Подкаст как новая форма интернет-коммуникации (на примере авторского проекта) // Пользовательский контент в современной коммуникации: Сб. матер. I Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2021. С. 373–377; Распопова С. С., Саблина Т. А. Подкастинг. М., 2018.

²⁷² Яблоновская Н. В., Бондаренко М. П. Подкаст как формат передачи научно-популярной информации (на примере телеграм-канала «Голый землекоп») // МедиаVektor. 2022. № 4. С. 133.

При выборе средств популяризации научный журналист Илья Колмановский старается сохранить баланс универсального и индивидуального: сочетание традиционных для научной и массовой коммуникации речевых конструкций и обращение к каждому конкретному адресату как к заинтересованному, но сомневающемуся или сопротивляющемуся участнику диалога.

Главным элементом паратекста становится заголовок, размещенный на сайте и являющийся важнейшим средством обращения к адресату, основными его функциями становятся коммуникативно-информационная и экспрессивно-воздействующая. Анализ заголовков позволил выделить несколько типов устойчивых конструкций, содержащих, с одной стороны, постановку проблемы (информационно-фатическая функция), а с другой стороны, своего рода интригу, отвечающую за вовлечение в диалог-полемику адресата.

Представим три основных типа заголовков:

1) Сложная конструкция, состоящая из двух предложений. В первой части может быть перечислительная конструкция с союзом *и*, в которой после соединительного союза, как правило, стоит неожиданное для представленного однородным рядом слово или словосочетание, нередко контрастирующее с предшествующими однородными. Кроме того, первая часть может включать неожиданное словосочетание. Функция первой части заголовка – воздействующая. Вторая часть реализует информационную функцию и представляет собой либо традиционную для заголовка конструкцию с предлогами *о* и *про*, либо утвердительное или вопросительное предложение: *Медоносы, медоеды и длинный ковид; Чехов, Хичкок и эффект бабочки; Воробы, Бетховен и лягушки. Выпуск о шуме и тишине; Дельта, бустер, фейки и дети. Новости пандемии; Каннибалы и мертвые монархи. Истории про бабочек; Мозг из кожи. Зачем нужны органониды; Рука на удаленке. История еще одного киборга; Промывка мозга. Зачем нужен сон?*

2) Конструкция с местоимением *как*, состоящая из одного, двух или трех предложений и указывающая на то, что слушатель получит ответ на сформулированный в заголовке вопрос: *Как слоны и киты стали такими большими и научились не болеть раком; Другие люди. Как гены древних родственников меняют нашу жизнь; «Катюша» и дофамин. Как музыка делает нас людьми; Вдруг я болею? Или уже переболел? Как работают тесты.*

3) Реже других встречается сложная конструкция, состоящая из двух частей, где вторая представляет собой прецедентный феномен, эмоционально привлекающий внимание адресата и предполагающий полемический

контекст: *Города без костей, или Зачем сожгли родную хату; Мог ли вирус сбежать из лаборатории? Теории без заговора.*

В паратексте используется прием включения нового знания в устоявшуюся картину мира: после очевидно понятных массовому адресату слов вводится новое понятие – *Медоносы, медоеды и длинный ковид*; термины включаются в ряд однородных со знакомыми лексемами – *Дельта, бустер, фейки и дети*; прецедентность создает ассоциативный ряд, который позволяет включить в уже сформированную картину мира новый научный контекст – *«Катюша» и дофамин; Города без костей, или Зачем сожгли родную хату.*

Эти коммуникативные задачи решает и выбранная автором основная речевая стратегия – нарративность. Неторопливый рассказ ведущего, включающий комментарии и реплики ученых, позволяет представить сложную информацию в увлекательной и доступной форме. Текст подкаста о научном знании четко структурирован, продуманная композиция удерживает внимание слушателя и включает его в развернутый диалог.

На уровне сюжета можно выделить следующие элементы:

- комментарии ученых и специалистов, их ответы на вопросы Ильи Колмановского; при этом репрезентация личности ученого всегда включает развернутую характеристику с указанием научного статуса, сферы интересов, места работы, достижений в той или иной области знаний; цель такой характеристики – подчеркнуть авторитетность мнения специалиста как источника нового научного знания, по такому же принципу построена и эвиденциальная система, которая при этом содержит лексемы, отражающие полемический контекст (*ученые долго спорили; тут выяснилось, что автор это уже доказал; научный аргумент состоял в том; она застала момент смены парадигмы* и т. п.);

- представление личного опыта автора, выполняющее сразу две функции – аргументирующую и экспрессивную: *В августе я с семьей был в Национальном парке Амбосели на границе Кении и Танзании...; Это звук легкомоторного самолета Тесла, на котором я лечу на берег озера Туркана...;*

- введение в текст исторических анекдотов об интересных, иллюстрирующих научную тему выпусках событий (*осенью 1987 года 105 жителей канадского острова Принца Эдуарда отравились мидиями... Отравление было ни на что не похоже; И тут действительно началось. К маленькой и небогатой научной группе выстроилась вереница инвесторов*); нередко это тоже элемент полемики – попытка с помощью эмоционально

насыщенного текста убедить аудиторию в истинности одной из позиций, представленных в подкасте;

- звуковые иллюстрации, почти обязательные в самом начале выпуска: звуки обыкновенного скворца в выпуске «Чехов, Хичкок и эффект бабочки»; прощальное кваканье лягушки в выпуске «Лягушка как тест на беременность и змея-экстрасенс», австралийский музыкальный перформанс в выпуске «Как птицы остались без сладкого, а потом научились его ценить» и т. п.

Назовем наиболее востребованные речевые конструкции:

- термины, сложные понятия, необычные явления объясняются и иллюстрируются с помощью предложений с союзом *то есть* и с частицей *как бы*, с сочетаниями *суть вот в чем* и *дело в том*, развернутых объяснений на основе ассоциативных связей: *такие клетки называют еще плюрипотентными, то есть* плюри – *многие потентные возможности, то есть* из них *может получиться что угодно; данные зависят от белков-переключателей, которые как бы* налипают на *хромосомы; дело в том, что* нам совсем не важно, что это за клетки мы взяли *вот у этого человека, важно, что их* нужно перепрограммировать; *фибробласты – это клетки* кожи взрослого человека, *они знают про себя, что их* единственная работа – *делать новую и новую кожу и еще они знают, что живут в теле* пожилого человека;

- автор постоянно обращается к адресату и к его опыту, его размышлениям и переживаниям: *вот послушайте*, как он охотится и как радуется оператор моменту успеха; *правда, вы даже не представляете себе*, насколько это сложная задача; *представьте, вы пришли* в зоомагазин и купили *ребенку* милого, красиво окрашенного черепашонка; *теперь представьте*, все певчие птицы сидят на одной огромной толстой ветви, ведь их 4 000 видов.

Все это характерные для полемической коммуникации речевые действия: «полемический дискурс складывается из таких компонентов, как адресованность (вектор направленности, реакция на точку зрения партнера по коммуникации), оценочность (позиция оппонента расходится с позицией пропонента), интенциональность (каждый из участников коммуникации отстаивает свою точку зрения с целью одержать вербальную победу) и аргументативность (обоснование, защита своей точки зрения, а также опровержение точки зрения противника посредством аргументации)»²⁷³.

²⁷³ Космодемьянская В. И. Стратегии и тактики в аргументативном полемическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2016. № 1(55). С. 102.

Для подробного анализа средств интеграции нового научного знания в языковую картину мира адресата был выбран подкаст о феномене уникального животного, название которого дало название научно-популярного авторского проекта. Выпуск называется «Как голый землекоп стал биологическим чудом»²⁷⁴ и представляется наиболее репрезентативным, т. к. знакомит аудиторию с малоизвестными научными фактами, объясняя их актуальность как для науки и человечества в целом, так и для каждого человека.

Подкаст начинается с самопрезентации ученого МГУ Ольги Авериной, которая исследует феномен *долгоживущего нестареющего грызуна голого землекопа*. Сама тема заявлена как полемическая: можно ли жить долго не старея и не болея, насколько допустима мысль о том, что изучение феномена голого землекопа поможет человеку жить дольше и сохранять здоровье. Интригующее начало, выраженное оценочными эпитетами, поддерживается и усиливается эмоциональным возгласом ведущего *Vau!* и его комментариями *Давайте зайдем! Мне очень не терпится. Я наведу шапочку, я надеваю маску, я надеваю халат*. Слушатель оказывается в научной лаборатории, чтобы вместе с журналистом узнать об уникальном животном. Выбирая форму репортажа, Илья Колмановский апеллирует не только к любопытству адресата, но и к естественному желанию каждого человека узнать секрет здоровья и долголетия.

После репортажного вступления ведущий по традиции обращается к слушателю с объявлением темы выпуска: *Сегодня я расскажу наконец, кто такой голый землекоп и почему он стал для меня тотемным зверем. Это культовое животное для современной биологии, и сегодня я впервые увидел живых голых землекопов в лаборатории МГУ. Они такие все в складочках, бугристые, в пигментных пятнах. И ты смотришь на зверя, а ему может быть 25 лет, а может – полгода. Они все голыши, которые, может быть, дети, а может быть, взрослые. Экспрессивно-оценочная лексика (тотемный зверь, культовое животное, складочки, голыши) в описании внешнего вида и в рассказе о личных впечатлениях автора, а также средства диалогичности (ты смотришь, может быть, наконец) настраивают слушателя на увлекательный разговор, а представление нового научного знания приобретает эмоционально-личностную тональность.*

На протяжении всего выпуска диалог с аудиторией выстраивается на основе данного принципа: в тексте взаимодействуют фактологическая точность, обеспечивающая убедительность новой информации, и

²⁷⁴ URL: <https://libolibo.ru/zemlekop>.

эмоциональная оценка, удерживающая внимание реципиента. Фактическую основу научно-популярного медиатекста составляют характеристика животного (*голые землекопы живут в режиме 12/12, не регулируют температуру, не пьют воду*) и результаты исследований (*Гольий землекоп – единственное млекопитающее с двумя кастами по размеру и форме: королева не просто огромная, у нее еще такой горб на пояснице*).

Оценочность не противоречит коммуникативным задачам автора и оказывается не только эффективным средством фатики, но и способом убеждения, объяснения, т. к. вовлекает адресата в интересный разговор о сложных явлениях: «Контактоустанавливающая тактика, целью которой является привлечение внимания читателя и поддержание его в процессе общения. Она является обрамлением полемики, служит открытию дискуссии»²⁷⁵. В речи И. Колмановского много оценочной лексики, эпитетов: *поразительно, что они почти не пахнут; удивительно; необычные признаки; необъятная сложность; этих странных голых землекопов*. Объясняющую функцию выполняют и другие средства языка: разговорная лексика (*они непрерывно копошатся*), диминутивы (*они держатся точно кучкой; они такие в складочках*), интертекстуальность (*Тайны их биологии стали священным граалем; тело расплзается как тришкин кафтан*), метафоры (*марсианские свойства; кусочки абракадабры*), сравнения (*это как в течении реки разобраться – как ведет себя каждая порция воды; Похожи не то на муравьев, не то на каких-то змеек; Старение более сложный процесс, чем жизнь*).

Нарративность и диалогичность как главные характеристики текста достигаются постоянным обращением к аудитории (*Что мы можем взять у землекопа – вот главный вопрос. Тут давайте по порядку*), развернутым представлением научных фактов (*Началась эта история 30 лет назад...*), беседой с учеными и их комментариями (*Скажите, как все началось; Дело было еще в темные века, еще до того, как появились всякие виварии*), объяснением терминов (*такая организация общества называется эосоциальность, то есть подлинная, высшая социальность*).

Специально стоит сказать о так называемой параллельной популяризации, позволяющей подчеркнуть актуальность научного знания. Например, рассказывая о голом землекопе и феномене долголетия, Колмановский пропагандирует новый научный метод Big Data, вступая в заочную полемику с теми, кто его не признает: *Не надо разбираться при помощи ума, его все равно не хватит. Нужно поручить это компьютеру*.

²⁷⁵ Троицкая Т. Б. Тактики реализации полемической стратегии в публицистическом дискурсе // Вестник Башкирского университета. 2008. Т. 13. № 3. С. 531.

В финале журналист вновь обращается к опыту слушателя, подчеркивая адаптивность нового научного знания, необходимость включения его в наивную картину мира, в реальную повседневность: *Я как-то спросил у космонавта, который дольше всех прожил на МКС, что самое трудное в таких долгих экспедициях, какие гены мы вживим новым астронавтам, чтобы они могли отправиться к далеким планетам. Скотт Келли, боевой летчик, сажавший бомбардировщик F14 на палубу авианосца, и автор книги «Стойкость», ответил, не забыв сказать, что редактировать людей пока рано, следующее: «Самое тяжелое испытание в экспедициях вам всем знакомо – выходишь утром на кухню и надо не убить домочадцев, собравшихся у кофеварки». Я в ту же минуту подумал о голом землекопе и представил себе такую высококачественную, тщательную антиутопию о дружных, сильных и красивых людях.*

Выводы

Главной целью автора проекта «Голый землекоп» является популяризация научного знания. При выборе средств популяризации Илья Колмановский учитывает специфику научно-популярного полемического дискурса, превращающего это знание в осознанный элемент субъективной и коллективной картин мира, поэтому с помощью разных речевых действий формирует диалектическое единство универсального и индивидуального. Научное знание не опрощается, но подается в доступной форме, где важнейшими средствами вовлечения адресата являются экспрессивность языка, нарративность и диалогичность.

Таким образом, в арсенале создателей научно-популярных медиатекстов одинаково важными оказываются как традиционные речевые конструкции – сообщение, демонстрация, представление, объяснение, описание, так и рассчитанные на коллективное *осознание* речевые действия – поддержка, восхищение, сомнение, недоверие, провокация, возражение, разоблачение, развлечение и др. Объединение разных способов осведомления и воздействия объясняется, во-первых, такими характеристиками научного знания, как полнота, систематичность, объективность, эвристичность, и во-вторых, стремлением автора убедить сопротивляющегося, всегда готового вступить в полемику, адресата в том, насколько важно, актуально, значимо новое научное знание в его личной жизни, в жизни общества, в человеческой культуре (в самом широком понимании этого слова).

Интеграция нового научного знания в повседневную (наивную) картину мира основана на вовлечении адресата в полемический диалог, в информационно-воздействующую коммуникацию, основанную на авторитетности и убедительности точки зрения автора, который и реагирует на запрос на научную информацию, и формирует этот запрос.

ЛИТЕРАТУРА

- Баранова Е. А.* Новые формы предоставления контента на сайтах российских газет // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2016. № 3. С. 115–119.
- Бахтин М. М.* Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Эстетика словесного творчества. 2-е изд. М., 1986. С. 297–325.
- Володин А. А.* Дидактические свойства и функции технологии подкастинга // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/didakticheskie-svoystva-i-funktsii-tehnologii-podkastinga> (дата обращения 05.07.2022).
- Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография / Отв. ред. М. Ю. Олешков. Нижний Тагил: НТГСПА, 2009.
- Дускаева Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. СПб.: Филол. факультет, 2012.
- Дускаева Л. Р.* Стилистический анализ в медиалингвистике: монография. М.: Флинта, 2019.
- Ефремова Т. Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000. URL: <https://lexicography.online/explanatory/efremova/> (дата обращения 25.08.2022).
- Коньков В. И.* Медиаречь: содержание понятия и принципы анализа // Мир русского слова. 2016. № 3. С. 58–63.
- Космодемьянская В. И.* Стратегии и тактики в аргументативном полемическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2016. № 1(55). С. 99–103.
- Крушанов А. А.* Эпистемологические особенности коллективных познавательных процессов // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2019. № 2. С. 111–116.
- Куприянова А. В.* Подкаст как новая форма интернет-коммуникации (на примере авторского проекта) // Пользовательский контент в современной коммуникации: Сб. матер. I Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2021. С. 373–377.
- Малинкин А. Н.* Социология знания и современное «Общество знания» // Социологический журнал. 2002. № 2. С. 36–58.
- Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018.
- Пружинин Б. И.* Феномен «нового знания» в концептуальной сетке философии науки // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2020. Т. 36. Вып. 3. С. 473–483. <https://doi.org/10.21638/spbu17.2020.305>.
- Распопова С. С., Саблина Т. А.* Подкастинг. М.: Аспект Пресс, 2018.
- Селезнева Л. В.* Концепт «знание» в научном и образовательном дискурсе // Актуальные проблемы качества образования в высшей школе. Тверь, 2018. С. 96–103.
- Трошкая Т. Б.* Тактики реализации полемической стратегии в публицистическом дискурсе // Вестник Башкирского университета. 2008. Т. 13. № 3. С. 530–534.

Тяжлов Я. И. Актуальные формы медиатекстов, посвященных кино: жанровые и языковые тенденции // Медиалингвистика. 2016. № 2(12). С. 71–80.

Чернобров А. А. Научная и «наивная» картины мира: культурологический, лексический и текстологический аспекты // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 7. С. 230–236.

Яблоновская Н. В., Бондаренко М. П. Подкаст как формат передачи научно-популярной информации (на примере телеграм-канала «Голый землекоп») // МедиаVektor. 2022. № 4. С. 131–135.

Barashkina E., Virovtseva E., Maslenkova N. Media Text Of A City Online Newspaper: Functional Capabilities // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences Ep-SBS. LXVI, 2019. № 2. Pp. 515–523. DOI: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.08.02.60>.

Scheler M. Probleme einer Soziologie des Wissens // Scheler M. Gesammelte Werke. Bd. 8. Die Wissensformen und die Gesellschaft. Bern, 1980. S. 15–190.

Глава 4. Возражающий дискурс комментаторов в диалоге социальных сетей

Л. Ю. Иванова

Вариативность смысловых компонентов негации в Telegram-каналах о науке²⁷⁶

Изучение речевых средств выражения негации, используемых в компьютерно-опосредованном общении, представляется важным для лингвистической разработки проблем речевого взаимодействия и – конкретнее – речевого противодействия. Диалогический подход, позволяющий рассматривать общение как отношение смысловых позиций (по М. М. Бахтину), дает возможность для осуществления анализа таких векторов негативного смыслового взаимодействия, которые возникают и продуктивно применяются в научно-популярном диалогическом онлайн-дискурсе.

Возражающая ответственность как репрезентант негации в онлайн-диалоге

Использование языковых средств выражения отрицания в собственно научном тексте обусловлено процессами совершенствования знания, которое обретается нередко в споре с предыдущим знанием, его обесцениванием, признанием его ложности²⁷⁷. Однако при общении в научно-популярном дискурсе негация получает особое коммуникативное значение: в условиях диалогического взаимодействия подписчиков телеграм-каналов о науке использование вариативных средств демонстрации негации отражает диалектику процесса познания заинтересованного непрофессионала, позитивно влияет на распространение и объяснение нового знания, а также способствует предупреждению коммуникативного сопротивления.

Универсальная для языка категория отрицания рассматривалась с собственно лингвистических позиций – в системе грамматических категорий и лексических элементов языка²⁷⁸, с логико-лингвистических – в поиске

²⁷⁶ Подготовлено при финансовой поддержке РФФ: проект 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакоммуникации».

²⁷⁷ Бродский И. Н. Отрицательные высказывания. Л., 1973. С. 5.

²⁷⁸ Бахарев А. И. Отрицание в логике и грамматике. Саратов, 1980; Бондаренко В. Н. Отрицание как логико-грамматическая категория. М., 1983; Васильева С. А. К вопросу о семантике отрицательных частиц // Филологические науки. 1959. № 3. С. 78–85; Озаровский О. В. Синонимия высказываний с разным расположением отрицания // Филологические науки. 1981. № 3. С. 40–47; Панфилов В. З. Отрицание и его роль в конституировании структуры простого предложения // Вопросы языкознания. 1982. № 2. С. 36–49; Пешковский А. М. Русский синтаксис в научном освещении. М., 1956; Horn L. R. Remarks on neg-raising // P. Cole (ed.) Syntax and Semantics 9: Pragmatics. New York: Academic Press. 1978. P. 129–220.

соответствий логическому отрицанию²⁷⁹, а также с коммуникативных – при анализе отрицания в диалогическом общении²⁸⁰.

Коммуникативную ситуацию несогласия и, как следствие, речевого выражения негации, в нашей работе исследуем, опираясь на медиадискурсологический вектор²⁸¹ в изучении речевой деятельности в медиа, который позволяет рассматривать интенциональность высказывания при учете технологических аспектов общения и характера дискурса. Таким образом, анализу подвергаются единицы межтекстового взаимодействия, в которых имеются сигналы речевой ответственности в отношении сообщений о новом знании²⁸².

Материал анализа – речевое взаимодействие подписчиков телеграм-каналов о науке и технике – *Химия просто*, *Энерголикбез*, *Космос*. Нас интересует, как распространяемое в телеграм-каналах знание обсуждается, подвергается сомнению, как его критически перерабатывают в онлайн-общении подписчики каналов. Телеграм-каналами мы называем новые медийные формы, сочетающие в себе массово- и лично-ориентированное общение с использованием ресурсов мессенджера Telegram, где возможно как межперсональное общение, так и распространение мини-блогов зарегистрированным подписчикам. Выборка текстов формировалась по наличию смысловых элементов негации в репликах, обращенных к денотативному полю инициального сообщения о новом знании.

Отрицание в диалогическом общении научно-популярных телеграм-каналов

Рассмотрим вариативность смыслового наполнения негации в онлайн-обсуждении вопросов науки при выражении отношения к лакунам в

²⁷⁹ Бродский И. Н. Отрицательные высказывания. Л., 1973; Падучева Е. В. Презумпции и другие виды неэксплицитной информации в предложении // Научно-техническая информация. Сер. 2. № 1. 1981.

²⁸⁰ Боргер Я. В. Комплексный анализ речевых актов негативной реакции (на материале современных драматических произведений). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2004; Бычихина О. В. Высказывания со значением отказа: семантико-прагматический и когнитивный аспекты. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2004; Муратова К. В. Семантика диалога-спора : дисс. ... канд. филол. наук. М., 1991. Постоенко И. А. Ситуация несогласия / отказа в динамике английской речи: автореферат дисс. ... канд. филол. н. Хабаровск, 2001; Романов А. А. Описание типологии коммуникативных рассогласований в диалогическом общении // Проблемы функционирования языка. Сб. научных трудов под ред. проф. А. А. Романова и А. М. Шахнаровича. М., 1987. С. 78–109; Givón T. Functionalism and grammar. John Benjamins Publishing Company, 1995; Leech G. N. Principles of Pragmatics. London – NY, 1983.

²⁸¹ Дускаева Л. Р. Медиадискурс // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник. М., 2018. С. 55–61.

²⁸² Бахтин М. М. Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. СПб., 2000; Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров: Дис. ... д-ра филол. наук. Пермь, 2004; Dускаева L. (ed.). Speech Etiquette in Slavic Online Communities. Palgrave Macmillan, 2021; Иванова Л. Ю. Речевая репрезентация межтекстовой диалогичности в медиадискурсе международных отношений: Дисс. ... к. филол. н. СПб., 2018; Иванова Л. Ю. Речевые маркеры комической ответственности в международном информировании с использованием новых медийных форм // Российские исследования. 2021. № 2(2). С. 114-120.

изложении. Негация в широком философском смысле (по Хайдеггеру) понимается как высказывание об отсутствии чего-либо: «Ничто первоначальнее, чем Нет и отрицание»²⁸³. Обнаружение лагун в объяснении или доказательстве стимулирует появление ответных сообщений, акцентированных на каком-либо отсутствии, на «ничто».

Обратимся к примеру – посту в канале *Химия просто* (<https://t.me/ChemistryEasy/1589>), раскрывающем подробности наукоёмкого уранового производства на предприятиях Приаргунского производственного горно-химического объединения. В диалогическом общении подписчиков, комментирующих публикацию, обнаруживаем высказывание с негативной ответственностью, референтом для которого выступает *отсутствие дозиметра*. Комментатор применяет отрицательную частицу *не* и усилительную *ни*, имплицитно вопрошая автора канала и стимулируя спор о необходимости прибора в условиях уранового производства. Высказывание обрамляется модусом восприятия – *не увидел*:

Андрей С. *За все видео не увидел ни одного дозиметра. Может, наказание «урановые рудники» не байка? Тема не раскрыта 😊*

Имплицитный вопрос о необходимости прибора поддерживается эксплицитным – об урановых рудниках, на которых якобы работали заключенные-смертники, и этот вопрос организует модальную рамку некатегоричного возражения тому, что было сказано в стимулирующем тексте о безопасности рудников. Ироничной мем-фразой *тема не раскрыта* в сопровождении смеющегося смайла вводится коммуникативная противоположность автору поста, поскольку ею охарактеризована деятельность популяризатора как недостаточная.

В ответной реплике автора канала отсутствующий дозиметр становится объектом утилитарной оценки со знаком минус, что реализуется в использовании прилагательного с отрицательным префиксом *бес-*, и логического обоснования этой оценки, введенного союзом *так как*:

Александр Иванов. *Они там бесполезны, так как не фонит.*

Комментатор снова возражает, развивая тред-спор:

Андрей С. *Сам сказал – руду сортируют по уровню гамма излучения, значит фонит.*

Своей репликой комментатор обозначает границы чужой смысловой позиции конструкцией *сам сказал* и цитированием чужих слов *руду сортируют по уровню гамма излучения*. Как отмечают исследователи негативных речевых реакций, в речевой ситуации несогласия часто используются конструкции, включающие повтор элементов или всей

²⁸³ Хайдеггер М. Что такое Метафизика? М., 2007.

предыдущей реплики. В этих ситуациях говорящий пытается возразить собеседнику его же словами²⁸⁴.

Возражение на возражение строится на основе оценочных средств, на этот раз в конструкции с окраской разговорности:

Александр Иванов: *Там фон такой, что считай **никакой**.*

Автор отвечает наличие радиационного фона с помощью отрицательного местоимения-прилагательного *никакой*, характеризующего явление в количественном плане (квантитативная оценка).

Примечательно, что в диалогическом цикле замкнулся круг: отсутствие дозиметра объясняется через другое «ничто» в отрицательном местоимении – *никакой фон*.

Отметим организующую роль межтекстового внешнего паратекста²⁸⁵ для коммуникации участников онлайн-диалога, понимая паратекст как лингвокомпозиционный компонент, технически отражающий взаимосвязь реплик с другими репликами внутри онлайн-полилога. Паратекстовыми «маршрутизаторами»²⁸⁶ выступают технические элементы мессенджера, позволяющие обозначить того, кому адресовано возражение, средствами «сцепления» стимулирующего поста и ответной реакции (см. Рис. 1). Такая техническая диалогичность взаимно ориентированных реплик формально подкрепляет выражение негации.

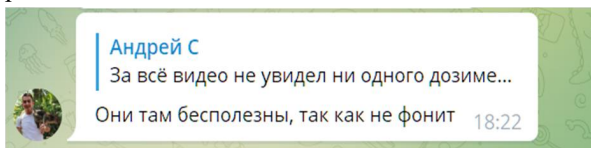


Рис. 1. Скриншот фрагмента диалога в телеграм-канале *Химия – Просто*.

Другой пример. В телеграм-канале *Космос* предлагается обсудить гипотетический маршрут полета на Марс, осуществляемый через Венеру (https://t.me/deep_cosmos/2794). Первый же комментарий фиксирует лауну в изложении в части расчетов:

whale2: *И где цифры?*

Используется искаженное наречное местоимение *где* как обозначение лакуны в объяснении необычного полета.

Другой комментатор также акцентирует внимание на отсутствии:

Zubarev Alexandr: *фаааззыы. Такой запуск, наверное, возможен раз в 30 лет?)) Короче, нужны пруфы..*

²⁸⁴ Боргер Я. В. Комплексный анализ речевых актов негативной реакции (на материале современных драматических произведений). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2004. С. 17.

²⁸⁵ Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2019. С. 23.

²⁸⁶ Там же.

Пользователь указывает на причину своего сомнения (фазы движения планет), фонетически имитируя разговорное выражение отрицания с растягиванием гласных: *фаааззы*. Избавиться от проблемы недостатка информации комментатор предлагает, используя мем-фразу *нужны пруфы*, означающую запрос на доказательство.

Завершающий комментарий диалогического цикла квалифицирует пост канала как коммуникативное «ничто» в силу отсутствия в нем новизны:

Алексей Андрианкин: *Странно, что это **подаётся как новость**. Гравитационным манёврам куча лет. Его впервые провернули еще до выхода человека в космос в 59-м.*

Выражение негации опирается на некатегоричную оценку *странно* в модусе сложного предложения и предиката *подаётся как новость*, подразумевающего, что новости в сообщаемом нет. Далее автор комментария излагает аргументы в пользу своей – противоположной – позиции.

Выводы

В рассмотренной онлайн-коммуникации на базе научно-популярных телеграм-каналов речь интерактантов анализировалась в рамках диалогических циклов типа «сообщение – возражение на него». Вариативность возражающих реакций обнаружилась в репрезентации тех смысловых позиций, которые реагировали на отсутствие некоторых данных – в доказательстве, объяснении, описании процессов. Взаимная ориентированность возражающих реплик в комментариях телеграм-канала подкреплена визуальными паратекстовыми элементами, обеспечивающими технологическое оформление взаимной ориентированности и последующего выражения негации.

Текстуальная реализация возражающей ответственности в отношении лакун изложения в циклах осуществляется средствами морфологии и синтаксиса: с помощью отрицательных аффиксов, частиц, местоимений, имплицитного отрицания, организованного синтаксическими средствами, усиления отрицания. Расширяет вариативность возражающих реакций использование повтора элементов стимульной реплики, введение коммуникативной противоположности, а также обнуление информационно-коммуникативной значимости поста. Использование разных средств демонстрации негации при обнаружении информационных лакун в сообщениях о науке способствует организации последующего совместного познания и коллективного поиска истины в рамках онлайн-коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

Бахарев А. И. Отрицание в логике и грамматике. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1980.

- Бахтин М. М.* Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. СПб.: Азбука, 2000.
- Бондаренко В. Н.* Отрицание как логико-грамматическая категория. М.: Наука, 1983.
- Боргер Я. В.* Комплексный анализ речевых актов негативной реакции (на материале современных драматических произведений). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2004.
- Бродский И. Н.* Отрицательные высказывания. Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1973.
- Бычихина О. В.* Высказывания со значением отказа: семантико-прагматический и когнитивный аспекты. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2004.
- Васильева С. А.* К вопросу о семантике отрицательных частиц // Филологические науки. 1959. № 3. С. 78–85.
- Дускаева Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров: Дис. ... д-ра филол. наук. Пермь, 2004.
- Дускаева Л. Р.* Медиадискурс // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник. М.: ФЛИНТА, 2018. С. 55–61.
- Дускаева Л. Р.* Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: ФЛИНТА, 2019.
- Иванова Л. Ю.* Речевая репрезентация межтекстовой диалогичности в медиадискурсе международных отношений: Дисс ... канд. филол. наук. СПб., 2018.
- Иванова Л. Ю.* Речевые маркеры комической ответственности в международном информировании с использованием новых медийных форм // Российские исследования. 2021. № 2(2). С. 114–120.
- Муратова К. В.* Семантика диалога-спора: Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1991.
- Озаровский О. В.* Синонимия высказываний с разным расположением отрицания // Филологические науки. 1981. № 3. С. 40–47.
- Падучева Е. В.* Презумпции и другие виды неэxpлицитной информации в предложении // Научно-техническая информация. Сер. 2. № 1. 1981.
- Панфилов В. З.* Отрицание и его роль в конституировании структуры простого предложения // Вопросы языкознания. 1982. № 2. С. 36–49
- Пешиковский А. М.* Русский синтаксис в научном освещении. М.: Учпедгиз, 1956.
- Постоеико И. А.* Ситуация несогласия / отказа в динамике английской речи: автореф. дисс. ... канд. филол. н. Хабаровск, 2001.
- Романов А. А.* Описание типологии коммуникативных рассогласований в диалогическом общении // Проблемы функционирования языка. Сб. научных трудов под ред. проф. А. А. Романова и А. М. Шахнаровича. М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1987. С. 78–109.
- Хайдеггер М.* Что такое Метафизика? М.: Академический проект, 2007.
- Duskaeva L. (ed.).* Speech Etiquette in Slavic Online Communities. Palgrave Macmillan, Cham, 2021.
- Givon T.* Functionalism and grammar. John Benjamins Publishing Company, 1995.
- Horn L. R.* Remarks on neg-raising // P. Cole (ed.) Syntax and Semantics 9: Pragmatics. New York: Academic Press. 1978. P. 129–220.
- Leech G. N.* Principles of Pragmatics. London – NY: Longman, 1983.

Речевые практики возражения в диалогическом научно-популярном тексте²⁸⁷

Реализация возражения в диалоге

Представляется, что возражение в научно-популярном дискурсе является едва ли не основной формой речевого взаимодействия участников. Отталкиваясь от представления о том, что в споре рождается истина, именно в научном диалоге видится решение проблемы нахождения искомых ответов на вопросы. Сама природа мышления и языка диалогична, соответственно, и естественной формой проявления негации традиционно является диалог. Диалогическая природа – онтологическое свойство речи, которое определяет структуру текстопостроения²⁸⁸, и преимущественно выражается в ответственности речи²⁸⁹. Именно реплика-реакция оказывается в фокусе внимания исследователя при изучении речевых практик возражения.

В диалоге смысловые позиции участников речевого взаимодействия получают эксплицитную форму выражения, что упрощает восприятие мнения участников полемики для стороннего наблюдателя. Особенно интересен научно-популярный дискурс, разворачивающийся в социальных сетях, отличительной чертой которых является непосредственное взаимодействие автора и читателя²⁹⁰. Аудитория имеет возможность в режиме реального времени оставлять комментарии и получать на них ответы автора инициирующей реплики.

Нужно учесть, что научно-популярный диалог отличается особенными этикетными формулами (обращение, положительная оценка оппонента, стремление к объективированной подаче информации), характерными для научной полемики, поэтому резкое возражение в них обычно сглаживается за счёт формул вежливости, комплиментарности по отношению к оппоненту, признания неполноты собственных знаний и проч. При этом за внешней вежливостью может скрываться резкое неприятие и даже оскорбительное отношение к собеседнику, мнение которого не вписывается в научную парадигму автора. Это вызывает к жизни изощрённые формы возражения

²⁸⁷ Исследование выполнено при поддержке гранта «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакоммуникации» (Соглашение с РФФ № 22-18-00184).

²⁸⁸ Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь, 2004.

²⁸⁹ Бахтин М. М. Слово в романе // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 106–107.

²⁹⁰ Дускаева Л. Р., Щеглова Е. А. Восприятие комического текста-панка в диалоге сетевого общения: постановка проблемы // Медиалингвистика. 2020. Т. 7. Вып. 2. С. 238–249.

вплоть до распространённого в условиях дистанцированного опосредованного общения в интернете троллинга²⁹¹.

Существование научно-популярного дискурса в рамках социальных сетей очевидно способствует переводу научной полемики в русло бытового диалога, в котором возможно резкое выражение пренебрежения, недовольства, оценки и т. д. С одной стороны, это обеспечивает расширение аудитории научного спора, с другой – резко снижает качество научной дискуссии.

Стремление к тотальной диалогизации приводит к тому, что даже в монологических фрагментах текста можно наблюдать имитацию диалога, ответные реплики на гипотетические вопросы или возражения оппонента:

К гипотетическим частицам часто относятся довольно брезгливо и иногда можно вычитать в комментариях, что вот, мол, да какой магнитный монополю! Всё это ересь.

*Лично моё мнение – любая гипотеза, кроме откровенно антинаучных вариантов, достойна уважения. Без догадок и смелых мыслей наука не узнала бы и половины того, что известно о веществе сегодня.*²⁹²

В тексте хорошо прослеживаются реакции возражения на высказывания гипотетических противников, с резкими оценочными высказываниями отрицательного характера и активным отстаиванием собственных позиций.

Семантически мы имеем дело с противопоставлением позиций “свой-чужой”, характерной не только и не столько для научного речевого взаимодействия, сколько для политического, прагматическая направленность такого речевого поведения заключается в привлечении возможно большего количества сторонников при абсолютном неприятии чужого мнения. Бросается в глаза подчеркнутая субъективность высказываний, сопровождающаяся намеренным выделением “я” в тексте.

Несогласие чаще всего в научно-популярном дискурсе строится по следующей модели: даётся цитата оппонента, затем вводится ключевое *но*, разворачивающее дискуссию в противоположном направлении, и формулируется собственное мнение-альтернатива.

«Все процессы в физике подвергаются математическому описанию» – пишет замечательный автор, инженер Юрий Трифонов. Это верно. Но! Физика – наука опытная. Сначала идет наблюдение, потом опыт и только потом – математическая обработка опыта и построение математической модели.

²⁹¹ Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М. Троллинг в русскоязычных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 84–100; Попова Т. И. Комические жанры интернет-коммуникации // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2018. С. 384–392.

²⁹² Здесь и далее примеры из канала в социальной сети Дзен «Инженерные знания» <https://zen.yandex.ru/media/inznan/>, примеры приводятся с сохранением орфографии авторов.

При вербально обозначенном уважении к собеседнику формулируется частичное неприятие его позиции в части доказательства. Традиционным для научно-популярного дискурса становится общее тяготение к разговорности и, как следствие, эмоциональности текста, что проявляется в нехарактерных для научного текста обилии восклицательных предложений, рубленом синтаксисе, сочинительных союзах как средстве связи между частями текста.

Наблюдение за развёртыванием научно-популярной дискуссии позволяет выделить наиболее востребованные модели выражения несогласия.

Диалогические единства возражения

Классификацию диалогических единств выражения возражения можно представить в следующем виде:

- по цели (недовольства, несогласия, отказа и проч.);
- по форме (альтернатива, отрицание, ирония и проч.);
- по объёму (частное / общее);
- по объекту (суждение, оценка, побуждение).

Представим каждый из них на конкретных примерах.

Цель возражения

Задача выразить **недовольство** реализуется благодаря игре смыслов, интертекстуальности, причём обращает на себя внимание разнообразие прецедентных текстов, востребованных в ходе возражения; автора не стесняет ограниченность апперцепционной базы аудитории, поскольку предполагается сравнительно высокий уровень образования читателя:

Вы ставите правильный вопрос: "Что с таким делать?". Ответ известен: автор канала ИЗ, должен познакомить своих читателей не только с мнением "большинства", но и с мнением тех, кто думает иначе. Среди них- профессиональные физики и астрономы, лауреаты Нобелевских премий и тд. Нужен "научный арбитраж", дискуссия, а не "мнение большинства". Главное в науке- победить собственные Гордость и Предубеждения (или хотя бы прочитать роман Джейн Остин) И следовать научному методу нигилиста Евгения Базарова: "Зачем я буду верить? Мне скажут дело- я соглашусь, Вот и все" (И.С.Тургенев: "Отцы и дети"). Полезно знать и историю науки: правдоподобно верят тысячи, над новорожденной истиной смеются миллионы.

Доминирует ассоциативный принцип мышления, который позволяет создать языковую игру довольно язвительного толка: обыгрывается название романа Дж. Остин как произведение художественное, т. е. «антинаучное». И чтобы читатель точно понял заключённый в языковой игре смысл, на всякий случай даётся прямая отсылка к тексту. Риторический пафос высказыванию придают приёмы антитезы и апелляции к общеизвестным утверждениям

(правдоподобию верят тысячи, над новорожденной истиной смеются миллионы). В целом можно говорить о том, что недовольство выражается преимущественно не скрупулёзно научно обоснованными суждениями-фактами, а эмоциональной реакцией на инициирующую реплику, будучи проявлением как раз популяризаторской, а не научной составляющей текста.

Выражение **несогласия** является важнейшей речевой практикой научного диалога. Приращение научного знания не мыслится без плюрализма точек зрения, права выразить своё несогласие с мнением оппонента. В рамках любой научной дискуссии значительное число реплик имеет своей целью выражение негации. При этом следует отметить, что отрицание в научном диалоге приобретает специфические формы выражения: возражение происходит с опорой на суждение, высказанное оппонентом, а само отрицание выражается союзом *но* или с помощью частицы *только*:

Цитата Эйнштейна гениальна :) Вот только есть множество случаев, когда модель была не просто фантазией, а реальным описанием действительности... Большой взрыв, темная энергия? Да, пока на практике проверить нельзя. Но, думаю, что ключевое слово - пока нельзя; Но все эти новые открытия, проистекают из классических уравнений или опытов.

Изучение специфики диалогических единств научно-популярного дискурса показывает, что несогласие становится целеустановкой реплики-реакции в том случае, когда содержание реплики-стимула не вызывает у собеседника острой реакции неприятия, а лишь желание коррекции точки зрения собеседника, представление возможности альтернативной позиции. В противном случае целью становится выражение недовольства, отказа, пренебрежения к собеседнику или к высказанному им предположению.

Отказ, по нашим наблюдениям, не часто становится коммуникативной целью собеседников. Однако появление подобных реплик-реакций уже само по себе примечательно, поскольку по своей сути они означают отказ от продолжения коммуникации, то есть выход из научной дискуссии. Это немисливо с точки зрения логики развития научной мысли: выход из дискуссии равен научной смерти, поскольку исключает дальнейшее развитие, останавливает приращение научного знания. Однако научный диалог, перемещённый в социальные сети, такой вариант реплики-реакции усваивает, и она означает выход за рамки научной дискуссии либо содержательно, либо по форме выражения мысли: *бесовщина у вас - с русским языком. Я писал вам об этом ранее, и новый ваш комментарий даёт тому очередное подтверждение. Связь между "мы не можем видеть эту материю" и наименованием "тёмная" для вас оказалась не понятной; Как и в*

прошлый раз, от дискуссии с вами я воздержусь - по причине взаимного непонимания.

Как видим, в этом случае авторы реплик отказывают собеседнику в самой способности научного мышления, то есть на самом деле происходит не выход автора за пределы научной дискуссии, а выведение собеседника за её границы. Ключевым концептом тут становится непонимание, а его констатация – смысловой доминантой реплик (*оказалось не понятной, по причине взаимного непонимания*).

Своеобразным отражением реплик, содержащих отказ, становятся реплики, целью которых видится выражение **пренебрежения** к собеседникам, науке, научной позиции и т. п. Здесь уже участник дискуссии открыто демонстрирует собственную неспособность ведения научного диалога, используя бранную лексику, отказывая кому-либо в возможности иметь собственную позицию по обсуждаемой проблеме:

Инженерные знания, кокой то хрен с горы на тупом западе на всеобщее обозрение бред своего воспаленного левыми доходами мозга-хрень идеи фикс двинул - тут же нашлись умники - математикой левой - идею фикс продвигать - лишь бы удовлетворить части опытов, остальное - на фиг.

Однако иногда реакция пренебрежения демонстрируется и в том случае, когда участники коммуникации подозревают недостаточную степень компетентности собеседника. Чрезмерная уверенность участника диалога в собственной непогрешимости (возможно, вызванная недостаточной глубиной знания) компрометируется, например, с помощью вопросов: *а как вы думаете, звезды могут порождать планеты, а планеты со временем становиться звездами? При том, что и звезды и планеты - полые (у них внешняя оболочка, а в центре нейтронная звезда)*. Приём дискредитации научного оппонента, являющийся типичным для научной коммуникации за пределами медиапространства, оказывается востребован и здесь.

Форма возражения

Формы возражения в диалогических единствах весьма разнообразны. Приведём некоторые из них, представляющиеся нам наиболее типичными.

Демонстрация альтернативной точки зрения – одна из важнейших форм возражения в научном диалоге. Понимание собеседниками самой возможности альтернативы является необходимым шагом для дальнейшего движения научной мысли. Такая **альтернатива**, как правило, формально выражается с помощью противительных союзов: *Вы мне даете геометрическое определение пространства, а я Вам про физическую сущность написал.*

Иногда альтернатива становится способом выражения (само)коррекции научной позиции: *Есть частицы, которые уже открыты и даже обнаружены в результате экспериментов. Но существуют и гипотетические частицы.*

Сомнение – один из стимулов для учёных продолжить изучение окружающей действительности. В возражении это проявляется в форме **допущения**, которая проявляется прежде всего в предикации (*допустим, не можем исключать* и т. п.), иногда предваряемой вопросами, которые автор обращает к самому себе, демонстрируя логическую цепочку рассуждения:

А может, фотон тоже теряет энергию? Допустим, не от "старения". Хотя откуда нам знать, может, за миллиарды световых лет полёта фотон теряет часть энергии, просто мы этого пронаблюдать никак не сможем. Но более вероятна потеря энергии при взаимодействии с чем-либо, например, с магнитными полями. Или с гравитационными. Мы не можем исключать возможность того, что фотоны всё-таки взаимодействуют с указанными полями.

Ещё одной формой возражения является **разъяснение** проблемы для оппонента. Для этого выделяется аспект, потенциально отражающий суть возражающей позиции собеседника, и даются необходимые пояснения относительно него. Сам аспект нередко в реплике выражается с помощью вопроса, пояснение вводится через соответствующие модальные единицы (*дело в том, что..., следует понимать, что... и т. п.*): *а что Вас смущает в гипотезе стационарной Вселенной? Что галактики не могут омолаживаться? Так в недрах звёзд сложнее получить тяжёлые элементы, чем протонный коктейль. Дело в том, что при гравитационном коллапсировании водорода намного легче получить его сжиженное состояние, чем запустить термоядерную реакцию.*

Опровержение чужой позиции часто представлено в форме **отрицания**: **Нет** и **дополнительной константы...** *Некие частицы, наблюдаемые с Аэростатов, можно генерировать, с помощью приборов... Вполне реально включить в резонансе, небольшой циклотрон и проверить эффект Соколова, в 21 веке... Циклотрон может синхронизироваться, с похожим устройством... Но это все вполне реально, к параллельной Вселенной - не имеет отношения...* В отличие от альтернативы в этом случае возражение имеет тональность безапелляционности. Знаниевое поле представляется автором в виде совокупности фактов, которые служат укреплению его позиции.

Экспрессия и эмоциональность, вызванные погружением участников в дискуссию, могут получить выражение через **отрицательную оценочность**. Если отрицание часто способ обращения к рациональному началу оппонента,

то отрицательная оценка – к эмоциональному: *К гипотетическим частицам часто относятся довольно брезгливо и иногда можно вычитать в комментариях, что вот, мол, да какой магнитный монополю! Всё это ересь.* Часто, как в приведённом примере, отрицательная оценка становится не только реакцией на реплику, её спровоцировавшую, но и способом расширить зону влияния в дискурсивном поле, привлечь сторонников. Слово *ересь* как способ выражения оценки в этом случае очень показательно само по себе как разговорный, ярко эмоционально окрашенный элемент, характеризующий неправомерность возражения, отсекающий саму его вероятность (*перен., разг. вздор, чепуха*²⁹³).

Эмоциональный разогрев участников дискуссии нередко выражается в форме **иронии** – ещё одного способа показать несостоятельность оппонента, продемонстрировать свою правоту: *Инженерные знания, Эталон-такая штука, которую делают, чтоб максимально защититься от внешних воздействий. Поплевали на эталоны раскрасавцы-почикали умственным напильником инструменты.* Нужно сказать, что ирония является одним из мощнейших ресурсов для приращения знания, однако в этом случае её роль сводится скорее к дискредитации позиции собеседника, к желанию заставить его сомневаться в собственной правоте.

Эмоциональной кульминацией научно-популярного речевого взаимодействия представляется **насмешка**. В случае обращения к этой речевой практике происходит существенный перекокс дискурса в сторону бытового общения. Невостребованные в обычном взаимодействии символы эмоционального раздражения здесь представлены как маркеры комического переосмысления слов собеседника: наблюдается обращение к смайлам, имитации разговорного фоностилия, обращение к прецедентным текстам из области массовой культуры: *вы демонстрируете прям образец примитивного зомбированного мышления) С чего вы взяли, что в природе есть темная материя? А если есть какая-то материя, наполняющая космический вакуум, то почему эту материю назвали темной, вместо материи светящегося эфира?*

Типичный приём создания комического эффекта, заключающийся в нарушении логических законов и распространённый в бытовом диалоге, переносится и в сферу научно-популярной коммуникации. Насмешка тяготеет к форме жёсткого неприятия благодаря допущению возможности замены общепринятой терминологии выспренными формулами, характерными преимущественно для романтической традиции в

²⁹³ Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. М., 1999.

художественной литературе, и другими подобными подменами. В подтексте вычитывается традиционное противостояние физиков и лириков, абсурдность предположения подспудно ассоциируется именно с естественнонаучным подходом.

Формой циничного высмеивания собеседника выступает **троллинг**, в рамках такого речевого поведения основным приёмом является переход к личным оскорблениям, в том числе автор зачастую отказывает собеседнику в интеллектуальных способностях. Учитывая сферу бытования дискурса, это звучит особенно обидно: *свет не волны-физмат на мыло!*

<http://fatuf.aiq.ru/wave-light.htm> О математике волновой, как оно получилось и похороны волновой теории света...

Язвительность высказывания создаётся смешением сфер общения – бытовой и научной – в рамках одного высказывания. Аналогичным приёмом видится навешивание ярлыков и определение «диагноза» собеседника в характерной для русского узуса манере переосмысления научной терминологии (ср. *скопус головного мозга*): *когда в башке гравитационное коллапсирование водорода, системный кризис – импотенция мозгов* – что, впрочем, также является привычным приёмом разговорной речи.

Объём возражения

По объёму ДЕ возражения делятся на общие и частные. Как показывает, анализ материала, второй тип встречается чаще: возражение выстраивается относительно какого-то отдельного аспекта, а не поставленной проблемы в целом. Однако нередко авторами предполагается, что, отрицая частное, они возражают и общему. Отдельного рассмотрения заслуживают случаи разложения целого на части и последовательного возражения по каждому из пунктов. Часто основанием для возражения становится цитата из реплики оппонента:

ну-с по порядку.

1. «при гравитационном коллапсировании водорода намного легче получить его сжиженное состояние, чем запустить термоядерную реакцию.»

Спорное утверждение, особенно в том, что это "намного легче"...

2. «чем объяснить наличие значительного по напряжённости, стабильного и упорядоченного магнитного поля звезды?»

А правда ли оно такое? В качестве доступного примера у нас есть магнитное поле Солнца. Значительных величин оно достигает в сравнительно небольших областях и приводит к появлению пятен. А вот со стабильностью и упорядоченностью проблемы - пятна существуют несколько дней, а их количество непостоянно...

Объект возражения

По объекту ДЕ можно выделить суждение, оценку, побуждение. Наиболее частотным в практике научно-популярного дискурса традиционно остаётся суждение, именно оно преимущественно востребовано как реплика-стимул и реплика-реакция: *Физика - наука опытная. Сначала идет наблюдение, потом опыт и только потом - математическая обработка опыта и построение математической модели.* Суждение востребовано как точка отсчёта дискуссии, оно становится инициирующим постом, в ответ на который читатели канала высказываются каждый со своей позиции. Можно сказать, что это зона договорённости об исходных понятиях дискуссии, терминах, в которых развивается мысль собеседников. Зачастую суждение создаётся по образцу классического силлогизма, что обеспечивает понимание развёртывающегося дискурса как научного.

Оценочность высказывания связана с ситуацией ответа: *Современная физика - сплошь бесовщина) Темная материя! Темная энергия! Большой взрыв! Черные дыры! Кротовые норы! Фантомная энергия! Искривление пространства-времени! Антиматерия с античастицами! Вон то - частицы безмассовые, а вот эти - античастицы, но тоже безмассовые. А вот видишь ту фигню, которую коекак едва запеленговали? То - частица Бога - бозон Хиггса!!! Патамушта Хиггс у нас теперь бог всяя шизики, понимать надо!*

Именно в ответных речевых действиях зачастую происходит уход в разговорный дискурс: авторы не стремятся к сохранению хотя бы внешней научности и объективности, обращаясь к лексике и синтаксису разговорной, ярко субъективно окрашенной речи. Оценочность сопровождается неизменной эмоциональностью, которая получает воплощение преимущественно в восклицательных конструкциях, рубленном синтаксисе и грубо-просторечной лексике, которую автор легко переносит из бытового обихода в научную дискуссию, опять же с оглядкой на сферу его существования – в социальных сетях.

Побуждение востребовано реже всего, т.к. в научно-популярном дискурсе редко встречается необходимость прямого призыва собеседника к действию, преимущественно диалог протекает в форме обмена мнений (суждение + оценка), побуждение же становится преимущественно частью рассуждения, способом внутренней диалогизации текста: *Конечно, бегать за Ньютоном с напильником не стоит и искать чёрную кошку в темноте тем более. Думать лучше стоит по умному, находясь между двумя этими направлениями.* Иными словами, побуждение чаще всего, являясь таковым по форме, не является им по содержанию. Или же побуждение принимает вспомогательный характер, обозначая уход от темы к рекомендациям,

которые должны обогатить представление собеседника о происходящем: *Можно поискать в книге - Поле - Волны - Частицы.. Наберите.. Книга опубликована в Интернете...*

Характер возражающего ответа

Большинство ответов внутри ДЕ возражения относятся к открытому типу. И это естественно для развёртывания научной дискуссии: собеседнику предоставляется возможность ответа, демонстрируется желательность дальнейшего обсуждения. В диалоге научно-популярной медиакоммуникации эта традиция сохраняется. Даже при внешне безапелляционном возражении участники средствами этикетности демонстрируют готовность продолжать диалог:

Участник 1: *Физика- наука опытная. Сначала идет наблюдение, потом опыт и только потом- математическая обработка опыта и построение математической модели. Которая должна быть адекватна реальности, а не представлять собой произвольные фантазии математиков (математик ,Герман Минковский построил математическую модель физической теории относительности А.Эйнштейна ,введя в нее комплексное пространство-время (дабы получить аналог пространственного интервала). Эту модель не понял даже сам автор теории относительности... Итог- в опытной науке Физике появились теоретические "фантомы" черных дыр", "темной энергии", "Большой взрыв" и тд и т п- то,чего нельзя наблюдать и проверить на опыте. Или я неправ? Может быть.*

Участник 2: *Цитата Эйнштейна гениальна :)...Большой взрыв, темная энергия? Да, пока на практике проверить нельзя. Но, думаю, что ключевое слово - пока нельзя. Относительно вот темной материи, кажется нашлось её физическое опытное подтверждение. Могу ошибаться)*

Готовность к продолжению диалога в интернет-коммуникации демонстрируется и невербальными средствами – использованием смайлов.

Закрытый тип ответа в основном означает, что автор реплики хотел бы исключить собеседника из пределов научной дискуссии в силу невозможности ведения с ним научного диалога. Как правило, в этом случае мы наблюдаем отрицательную оценочность, переход к личным оскорблениям: *не вижу смысла с Вами это обсуждать. Обсудите это с Вашими внутричерепными тараканами; я бы с удовольствием продолжил дискуссию с вами, но, к сожалению, сейчас у меня нет для этого времени. Может быть удастся позже - через недельку.*

Выводы

Анализ речевых практик возражения в научно-популярном дискурсе показывает

- во-первых, их востребованность: научная дискуссия традиционно строится как полемическое взаимодействие, предполагающее плюрализм мнений;
- во-вторых, их принципиальную диалогичность: даже монологические фрагменты текста преимущественно построены как ответы на гипотетические вопросы публики;
- в-третьих, доминирование популярной составляющей над научной: автор и аудитория разговаривают на одном языке, тяготеют к разговорности, при этом демонстрируют достаточно богатый фоновый материал, обладают сравнительно высоким уровнем образованности, не делают поправку на объём апперцепционной базы;
- в-четвёртых, богатое разнообразие практик возражения от альтернативы и коррекции до злой насмешки и троллинга;
- в-пятых, в зависимости от сферы бытования возражения можно наблюдать большее или меньшее уважение к собеседнику, выраженное в формулах бытового и научного речевого этикета (в естественнонаучной сфере больше уважения к учёному, в гуманитарной сфере, в частности в лингвистической области, меньше).

ЛИТЕРАТУРА

- Бахтин М. М.* Слово в романе // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 106–107.
- Дускаева Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2004.
- Дускаева Л. Р., Коняева Ю. М.* Троллинг в русскоязычных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 84–100.
- Дускаева Л. Р., Щеглова Е. А.* Восприятие комического текста-пранка в диалоге сетевого общения: постановка проблемы // Медиалингвистика. 2020. Т. 7. Вып. 2. С. 238–249.
- Попова Т. И.* Комические жанры интернет-коммуникации // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 384–392.
- Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.

Формы возражения в медийном диалоге о новых лексикографических проектах²⁹⁴

В лексикографической практике всегда остро стоял вопрос о скорости появления новых словарных изданий. Необходимость «лингвистической параметризации» (термин В. Г. Костомарова) языковых новаций чётко осознаётся научным сообществом, однако подготовка качественного словаря требует большого количества времени, что малосовместимо с задачей оперативной фиксации изменений в языке. Между тем современная действительность делает задачу оперативной фиксации таких новшеств как никогда актуальной. Скорость появления новаций (особенно лексических) чрезвычайно высока. Так, возникновение и распространение коронавирусной инфекции, а также принятие комплекса мер по борьбе с ней вызвали небывалый словообразовательный бум, последствия которого учёные должны были незамедлительно осмыслить.

Следует отметить, что при этом особенно остро стоит вопрос об источниках словарных иллюстраций. Всё чаще иллюстрациями к толкованиям становятся употребления из языка медиа, замещающие собой примеры из языка художественной литературы. Здесь на помощь исследователям приходят автоматизированные системы сбора данных, позволяющих собрать и отсмотреть значительные по объёму эмпирические данные. Это упрощает сбор эмпирики и повышает релевантность аналитических процессов создания точной словарной дефиниции.

Очевидно, что необходимые ресурсы и опыт по обработке больших объёмов данных имеет прежде всего академическая лексикография²⁹⁵. Л. В. Щерба считал, что именно «академический» тип словаря призван отразить «единое (реальное) языковое сознание определённого человеческого коллектива в определённый момент времени»²⁹⁶. Однако даже разработанной Н. З. Котеловой²⁹⁷ и принятой в группе «Словарей новых слов» Института лингвистических исследований РАН системы выпуска словарей новых слов (так называемые «ежегодники», «десятилетники»)

²⁹⁴ Исследование выполнено при поддержке гранта «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакommunikации» (Соглашение с РНФ № 22-18-00184).

²⁹⁵ Чернышёва М. И. Новые академические словари и язык СМИ // Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в координатах массмедиа: мат-лы VI Междунар. научн. конференции / Науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Мальшев. СПб., 2022. С. 73–76.

²⁹⁶ Щерба Л. В. Опыт общей теории лексикографии. Основные типы словарей // Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. М., 1974. С. 266.

²⁹⁷ Котелова Н. З. Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов // Котелова Н. З. Избранные работы. СПб., 2015. С. 254–268.

порой бывает недостаточно. Примером тому служит уже упомянутый период пандемии. Этот период получил отражение сразу в двух лексикографических проектах: «Словарь русских ковидных антипословиц-карантинок» Х. Вальтера, В. М. Мокиенко²⁹⁸ и академический «Словарь русского языка коронавирусной эпохи» под ред. М. Н. Приёмшевой²⁹⁹. Словарь антипословиц-карантинок стал частью словаря коронавирусной эпохи. В условиях гипердинамичности языковых процессов подобные издания, казалось бы, должны естественным образом привлечь внимание самой широкой общественности. Нужно отметить, что в период пандемии в принципе возрос интерес к слову как отражению текущей ситуации. В частности, в медиапространстве появлялись множественные импровизированные лексиконы – списки слов, связанные с коронавирусом. Медиа активно подогревали интерес общества к словообразовательному творчеству, отражающему (часто с элементами комического осмысления) всю необычность и тревожность ситуации³⁰⁰. Попали в поле зрения медиа и названные словари. Однако вместо выражения согласия с идеями авторов изданий и интереса к материалам, представленным в них, реакция адресата оказалась выражено агрессивной, что проявилось в дискурсе, сформировавшемся вокруг новостей о выходе в свет книг.

С нашей точки зрения в такой ситуации была очевидная доля вины СМИ, которые не смогли представить издания так, чтобы их ценность стала понятна читателю-неспециалисту. Между тем популяризация лингвистического знания в целом и современных лексикографических проектов в частности необходима. Очевидно, что национальное самосознание общества напрямую связано с интересом к родному слову, вниманием к изменениям, происходящим в языке. Целью нашего исследования является рассмотрение причин и механизмов возникновения в научно-популярном лингвистическом дискурсе возражения деструктивного характера. Эмпирическим материалом стали публикации СМИ о словарях и комментарии пользователей сети к этим публикациям.

Проблема популяризации лингвистического знания

Заметим, что сама по себе проблема популяризации лингвистического научного знания уже рассматривалась. Л. П. Крысин отмечает, что

²⁹⁸ Вальтер Х., Мокиенко В. М. Словарь русских ковидных антипословиц-карантинок // Словарь русского языка коронавирусной эпохи. СПб., 2021.

²⁹⁹ Словарь русского языка коронавирусной эпохи / Под ред. М. Н. Приёмшевой. СПб., 2021.

³⁰⁰ Прокофьева Н. А., Щеглова Е. А. Роль медиа в создании языка коронавирусной эпохи: эпидемия словотворчества // Русский язык коронавирусной эпохи / Под ред. М. Н. Приёмшевой. СПб., 2021. С. 52–65.

языкознание, как и другие науки, «существует не только в себе и для себя»³⁰¹. Однако здесь, как и в современной медиакоммуникации в целом, возникает проблема проницаемости границ между подлинно научным и псевдонаучным знанием, между экспертным и псевдоэкспертным мнением. В качестве примера Л. П. Крысин приводит ситуацию 2000-х годов с внесением изменений в написание отдельных слов, которая была представлена в СМИ как реформа орфографии. В результате неумелой работы журналистов с научным знанием возникла реакция возмущения, апофеозом же стало весьма резкое высказывание Татьяны Толстой о самих учёных и характере их деятельности. В. А. Плуныян в качестве основной проблемы популяризации лингвистического знания видит общий низкий уровень знания о теории языкознания³⁰². Образующийся «вакуум» легко заполняется псевдонаучными фактами и представлениями³⁰³. Такие «знания» базируются как на абсолютной уверенности в собственном безупречном владении родным языком (отсюда, например, типовые комментарии пользователей сети о безграмотности других участников коммуникации, использующиеся в сетевой дискуссии в качестве аргумента против), так и на псевдоэкспертных материалах, поставляемых медиaprостранством.

Однако, обращая внимание на общее печальное положение дел с популяризацией лингвистического знания, учёные-лингвисты, как правило, не изучают сами механизмы возникновения таких нежелательных эффектов в медиа. Между тем представляется, что именно это необходимо для решения указанной проблемы. В этом отношении кажется перспективным обращение к общей теории диалога, когда дискурс, складывающийся вокруг освещения того или иного события в медиа, рассматривается как смена реплик стимулов и реакций, связанных сетью диалогических отношений³⁰⁴. В этом случае взаимоотношения участников медиакоммуникации предстаёт во всей полноте причинно-следственных связей, определяющих логику речевого взаимодействия³⁰⁵.

Очевидно, что такое взаимодействие внутри научно-популярного дискурса невозможно без возражения: утверждение научного знания само по

³⁰¹ Крысин Л. П. Популяризация лингвистических знаний в средствах массовой информации // Грамота.ру. URL: http://gramota.ru/biblio/magazines/gramota/ruspress/28_611. Дата обращения: 12.09.2022.

³⁰² Плуныян В. А. «Очень люблю отвечать на вопросы публики...» // Троицкий вариант. № 2(121). URL: https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431851/Ochen_lyublyu_otvechat_na_voprosy_publici. Дата обращения: 12.09.2022.

³⁰³ См., например, об этом: Зализняк А. А. Из заметок о любительской лингвистике. М., 2009.

³⁰⁴ См.: Дускаева Л. Р. Диалогичность // Медиалингвистика в терминах и понятиях: Словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2018. С. 32–38; Гипермедиа текст новости // Там же. С. 363–368; Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2019.

³⁰⁵ Например: Дускаева Л. Р., Щеглова Е. А. Восприятие комического текста-панка в диалоге сетевого общения // Медиалингвистика. 2020. Т. 7. № 2. С. 238–249.

себе происходит за счёт отрицания предыдущего или опровержении ложных представлений: «именно возражения, критические замечания, исправления, уточнения и критические оценки истинности суждений стимулируют развитие и углубление научных концепций»³⁰⁶. Однако именно в лингвистическом научно-популярном дискурсе возражение часто принимает деструктивные формы, связанные с оскорблением ученых и дискредитацией их деятельности. Следует отметить, что в современном медиапространстве видную роль играют социальные сети как место развёртывания дискуссии на любую тему³⁰⁷. И если для научного дискурса, к которому традиционно относится лексикографическая практика, ценностью является сдержанность и корректность выражения несогласия, то на просторах социальных сетей, тяготеющих к нормам разговорной речи, наблюдаются иные принципы работы речевого этикета³⁰⁸.

С одной стороны, это расширяет контингент людей, имеющих возможность высказаться относительно новых научных разработок. С другой – зачастую происходит подмена понятий и возражение выражается не относительно обсуждаемого проекта, а относительно авторов этого проекта. Т. е. происходит переход на личности или даже экстраполяция негативизма на всех представителей профессионального сообщества.

Такому явлению во многом способствует и характер работы средств массовой информации, которые в стремлении к созданию привлекательной формы порой пренебрегают ценностью содержательного ядра. Скажем, выход в свет словаря коронавирусной эпохи был отражён даже в корпоративных СМИ отрасли атомной промышленности, к которой, казалось бы, это событие не имеет отношения: *«Безумие» нашего времени: новости недели, которые нас удивили* (Страна РОСАТОМ. 27.08.2021). Заголовок этой публикации – лакмусовая бумажка современного медиапространства: о научной мысли говорится в лёгкой, игровой форме, что, безусловно, приближает предмет речи к аудитории, но в то же время и упрощает его, не передаёт значимости события, что естественным образом провоцирует вопросы аудитории: а зачем это нужно? Собственно, именно этот вопрос и является воплощением возражения в анализируемом дискурсе.

С одной стороны, сокращение информационного потока, игровая подача информации – основные способы популяризации научного знания. С другой – это серьёзный вызов журналисту, который должен балансировать

³⁰⁶ Арутюнова Н. Д. Коммуникативная реакция на истинностное значение высказывания *другого* // Логический анализ языка: ассерция и негация. М., 2009. С. 5.

³⁰⁷ Duskaeva L. (Ed.). *Speech Etiquette in Slavic Online Communities*. Palgrave, 2021.

³⁰⁸ Duskaeva L. *Speech etiquette in online communities: Medialinguistics analysis* // Russian Journal of Linguistics. 2020. 24 (1). Pp. 56–79.

между стремлением к привлекательной форме и сохранением информационного наполнения текста.

Репрезентация лексикографического проекта в публикациях СМИ

Учитывая особенности развития языка, можно утверждать, что волна словообразования, вызванная к жизни саморефлексией общества в условиях пандемии, не меняет самого языка. Авторы же научно-популярных публикаций в погоне за интересом со стороны публики позволяют себе существенно преувеличить результаты словотворчества. Так называемые слова коронавирусной эпохи по большей части были востребованы в медиа и были продуктом функционирования именно медиа, в публикациях же о вновь появившихся словарях коронавирусная лексика представлена как факт языка в целом, и употребление её приписывается всему обществу. Что и вызывает возражение общественности.

Как пандемия обогатила язык россиян. 3500 новых слов коронавирусной эпохи (Fontanka.ru. 26.08.2021). Характерный для сегодняшних СМИ кричащий заголовок содержит исключительно категоричное суждение, этому способствует фактообразующая семантика цифровых данных. Заголовок – ожидаемо – не соответствует содержанию публикации, в которой представлены выдержки из интервью одного из соавторов словаря, а также – общие рассуждения журналиста о языке. В тексте самой новости можно обнаружить следы оговорок относительно того, что в словаре преимущественно представлены всё-таки факты языка СМИ, но это не сформулировано так же чётко, как вводящий в заблуждение заголовок.

Аналогичный рекламный характер наблюдается и в заголовке следующей публикации: *«Дружба дружбой, а полтора метра врозь»*. *Петербургские лингвисты представили словарь ковидных «антипословиц»* (Fontanka.ru. 11.09.2021). Журналист привлекает внимание аудитории тем, что выносит в заголовок яркий пример словарной иллюстрации, не учитывая репрезентативность выбора. Современный читатель медиа привык к трансформации устойчивого выражения с целью актуализации темы публикации. И естественно реакцией читателя становится вопрос: чем приведённый пример отличается от повседневной практики составления заголовков в СМИ.

Такая журналистская небрежность вызывает к жизни ответ-реакцию в социальных сетях, и здесь уже авторы не стесняются в выражениях. Заголовки таких публикаций имеют преимущественно ярко выраженный оценочный характер, и это считается как реакция возражения на

сообщения в официальных СМИ: *Лексикографическая гнусность* (Живой журнал. 22.08.2021). Грубость оценки становится также эпатажным способом привлечения внимания, а однозначность позиции свидетельствует о поверхностности восприятия новости научного мира. Возражение здесь имеет чисто бытовой характер, без учёта специфики предмета оценки. Таким образом нарушаются традиции выражения опровержения в научном дискурсе. Смешение научных и бытовых форм возражения приводит к однозначному неприятию лексикографической практики, суть которой участники коммуникации не понимают.

Всё это приводит к выводу о необходимости грамотно представлять новый лексикографический проект в официальных СМИ, с тем чтобы было понятно его содержание и направленность, предмет и задачи. Иначе реакция общества будет выражаться исключительно как категорическое возражение против нового в соответствующей области.

Следующий аспект, который становится причиной формирования неприятия и, как следствие, возражения со стороны широкой общественности, – это обозначение предмета изучения в рамках новых лексикографических проектов. Принципиальным вопросом для научного сообщества является разграничение объекта, предмета, целей и задач исследования. В то же время аудитория массмедиа, не имея специальной подготовки, понимает обозначение предмета буквально. И это тот узловой фрагмент публикации, который требует особенно тщательного, выверенного описания.

Обратимся к тому, как предмет исследования представлен в анализируемых публикациях. В публикации о словаре коронавирусной эпохи – это цитата одного из авторов словаря, у которого берётся интервью: *мы не берем слова из устной речи. Основной донор – СМИ. Мы не придумали ни одного слова. У каждого есть адрес и паспорт. Прежде чем попасть в словарь, слово должно не менее трех раз цитироваться в российских СМИ* (Fontanka.ru. 26.08.2021). Для самого говорящего предмет исследования очевиден и не требует дополнительного обоснования. В сознании читателя возникает несоответствие между заголовком (*обогатился язык **россиян***) и предметом (*источник примеров – **СМИ***). Таким противоречием объясняется основное содержание возражений: если так не говорит большинство, почему эти слова обогатили язык(?!). Возражения можно было бы избежать при условии разъяснения (одного из приёмов популяризации научного знания) журналистом того, как создаются словари, что представляет собой содержание словарной статьи, как отбирается материал для словарных иллюстраций. Ведь авторы обоих проектов именно предмет исследования

мыслят как новаторский, соответственно, этому следовало бы посвятить значимую часть журналистской публикации для снятия возможных возражений.

В новости о втором словарном проекте предмет исследования представлен так: *антипословицы – реакция людей на потрясение... Источниками для исследования стали интернет-СМИ и публикации в блогах – онлайн-коммуникация во время пандемии лучше всего отразила изменения языка* (Fontanka.ru. 11.09.2021). Видится, что, в приведённом фрагменте допущена та же ошибка. Языковая игра – едва ли не самый востребованный приём привлечения внимания к публикации в медиа – представляется как реакция людей на потрясение в результате объявления ВОЗ пандемии. Но это практика массмедиа, а не широкой общественности, поэтому нечитающая публика справедливо возражает: учёные занимаются ерундой, вместо того чтобы решать вновь встающие перед обществом задачи.

Сама репрезентация содержания словарных проектов также даётся чересчур популистски: приводится ряд наиболее ярких, способных эпатировать публику единиц словарного описания, и именно эти примеры репрезентируются как основное содержание лексикографического проекта. Это, естественно, искажает представление аудитории о работе лексикографической группы.

В качестве примеров антипословиц приводятся следующие высказывания: *Одна голова хорошо, а две – не менее полутора метров друг от друга (одна голова хорошо, а две – лучше); дружба дружбой, а полтора метра врозь (дружба дружбой, а служба службой); по маске встречают, по температуре провожают (по одежке встречают, по уму провожают); один в поле не болен (один в поле не воин); не имей сто рублей, а имей антисептик (не имей сто рублей, а имей сто друзей)* (Fontanka.ru. 11.09.2021).

Очевидно, что все примеры представляют собой трансформацию устойчивых выражений. Причём трансформация осуществлена самым распространённым способом – заменой компонента. Фразеологизм в своём неизменном составе является фактом языка, украшая речь, создавая её экспрессивность и выразительность. Рассматриваемые примеры скорее являются фактом речи, будучи эффективным способом актуализации содержания отдельного текста, попыткой создать иронический подтекст в конкретном журналистском произведении. Такие изменённые фразеологизмы являются частной попыткой снять избыточное социальное напряжение, создавшееся вокруг злобы дня. Естественно возникающее возражение: ведь эти примеры не становятся частью языковых ресурсов, а

связаны с конкретной коммуникативной ситуацией, что противоречит самому представлению о фразеологизме как ресурсе языка.

Словник «Словаря русского языка коронавирусной эпохи» в соответствующей публикации представлен перечнем слов, которые должны вызвать интерес публики как раз своей необычностью, а эпатажная установка реализуется связью с табуированными в обществе темами: *В словаре около 100 производных от слова «зум». Среди них есть экзотические варианты: «зум-секс-вечеринка», «зум-русалка»* (Fontanka.ru. 26.08.2021) – такое сообщение входит в конфликт с обещанием показать, как поменялся язык во время пандемии. Приведённые примеры подтверждают, что функционирование языка не меняется: он развивается по своим законам, а отдельно взятое событие или ситуация могут вызвать волну словообразования, которая остаётся лишь частным примером защитного действия языка в экстремальных условиях.

Возражение в комментариях к публикациям СМИ

В современном медиапространстве непосредственная аудитория может оставлять комментарии-реакции к опубликованному тексту. И эти комментарии становятся частью комплексного представления о публикации. Репрезентированные лексикографические проекты получили исключительно отрицательную оценку публики. Большая часть комментариев – выражение крайней степени неприятия, подчас в форме речевой агрессии. Как было показано выше, такая реакция спровоцирована речевой формой представления предмета речи. Комментарии представлены от нейтрально выраженного неприятия нового в лексикографии до отрицательно-оценочных суждений в грубо-просторечной форме.

Например, один из участников коммуникации предлагает обратить внимание учёных на решение традиционной проблемы безграмотности вместо создания новых словарных проектов (здесь и далее примеры приводятся с сохранением авторской редакции): *Многие и старые-то слова пишут с дичайшими ошибками. Лучшие б занялись этой проблемой, чем ерундой страдать.* Прямая оценка содержания как *ерундового* – яркое проявление читательской реакции на создание словаря коронавирусной эпохи. И с учётом проанализированной презентации проекта она понятна, поскольку в журналистском тексте представлена игра словами: отдано предпочтение рекламно-кричащим примерам, с тем чтобы привлечь внимание публики. Глубокого анализа проекта и разъяснения его целей и задач в научно-популярном тексте не представлено. Возникает вопрос: это

возражение самому проекту или той форме, в которой он представлен журналистом.

Показателен также комментарий к публикации о словаре ковидных антипословиц: *Выдумали какую-то фигню, и форсят-хайнят её теперь. Ни одной этой т.н. поговорки не слышал, и даже в интернете не встречал.* Этот комментарий, как и предыдущая реплика, демонстрирует непонимание предмета представленного проекта, и главная претензия – к примерам: *ни одной этой поговорки не слышал.* Отрицательной оценке подвергается деятельность учёных.

Таким образом, журналистское смещение акцентов с описания сущности проекта на яркие примеры играет злую шутку, не позволяя широкой общественности понять сущность научного проекта, его цели и задачи. При этом аудитория не стесняется в выборе речевых средств возражения, прибегая к словам из разряда обсценизмов, пусть и в эвфемистической замене, кроме того отрицательная оценка экстраполируется с отдельно взятого проекта на профессиональное сообщество в целом: *Тратят деньги налогоплательщиков на всякую хе@рню..... Разогнать всех! Пусть лучшие улицы метут.....* Комментарий включает две части: обвинение в нецелевой трате средств и профессиональной несостоятельности, то есть возражение бьёт по главным достоинствам проекта: значимости самого исследования в науке о языке (цель сообщения не только в том, чтобы объявить о выходе нового издания, но и в том, чтобы рассказать о научных достижениях) и нетрадиционности подхода (подчеркнуть уникальность проекта, новаторство подхода), который демонстрируют лексикографы в создании представляемого словаря. И всё это опять-таки подтверждает неуспешность выбранных стратегий популяризации научного знания в конкретном журналистском тексте.

Наконец, в комментариях явно выстраивается традиционная для возражения антиномия «свой-чужой». Не понимая ценности представленных лексикографических проектов, читатели саркастически противопоставляют себя, как носителей здравого смысла, создателям словаря, как представителям бесполезной профессии.

И отказ в разумности подхода и значимости проекта идёт по линии отрицания высоко оцениваемых человеческих качеств, в которых опять же отказывают всем филологам в целом: *Филологи всегда только этим и занимаются, это их работа: хорошее знание структуры языка с полным отсутствием вкуса, меры и чувства юмора. Самая бесполезная гуманитарная профессия).* Комментарий построен по знакомой модели экстраполяции неудачного в представлении комментатора проекта на всех

представителей профессионального сообщества. Осуществляется переход на личности, резкое высказывание в адрес филологов вообще, которым отказывают во всех ценных личностных качествах, сопровождается характерными для социальных сетей средствами выражения эмоций (скобка как проекция улыбки) в так называемой олдскульной (old school) манере, что ещё больше ужесточает смысл высказывания.

Создание словарей новых слов всегда вызывало дискуссии и порождало сомнение в допустимости трактовки слова как факта языка, а не речи: *Опять окказионализмы в словари тащат. И юморок какой-то солдафонский. Где они это слышали, в каких авторитетных источниках открыли?* Комментарий отчасти свидетельствует о понимании материала (стоит обратить внимание на термин *окказионализм*), но при этом автор демонстрирует резкое неприятие проекта, и не с точки зрения несоответствия научного знания, а с точки зрения формы подачи языкового материала (*солдафонский юморок*): вербализируется противостояние «нормальных» людей («мы») и «бесполезных» филологов («они»). Значимой коммуникативной стратегией становится диалогическая цитация: *авторитетные источники* – фрагмент интервью эксперта. Под сомнение ставится не только сам проект, но и методы работы лингвистов в целом.

В дальнейшем развитии дискуссии название профессии вообще становится в интерпретации читателей практически обсценизмом: *Едва добрёл до дому..., лингвистов и, апчхи, филологов ни разу не заметил, апчхи!) Я – пьяный и злой пришёл домой!*) Налицо стратегия возражения, основанная на подмене предмета обсуждения – характерная для бытового речевого поведения и не соответствующая области ведения дискуссии – области научного знания.

Ещё один пример комментария, в котором претензии к содержанию высказаны в агрессивной форме: *Словоблудие – развлечение профессоров... Гы. А поконкретнее нельзя было? Словарь такой-то, купить там-то. Хоть бы один пример дал. Жлоб.* Возражение принимает недопустимые формы, поскольку нарушает речевой этикет: это переход на личности. Поскольку в журналистском материале фигурирует преимущественно имя единственного автора словаря, комментатор позволяет себе личностный выпад, следующий за отрицательно-оценочным суждением относительно содержания словарного проекта. Оставляя на совести пишущего возможность проявления своей позиции в подобной форме, обратим внимание на сущность возражения: это вопросы, связанные опять-таки с недостаточностью представленной журналистом информации, что возвращает нас к вопросу о релевантности такой редукции информации, которую осуществляет автор

журналистского материала в целях адаптации научного знания для целевой аудитории своего издания.

Вопрос уважения к публике становится вопросом уважения публики к герою публикации.

Выводы

Необходимость популяризации лингвистического научного знания очевидна. В представлении широкой общественности подлинное знание о родном языке нередко подменяется хаосом псевдонаучных идей, базирующихся на непоколебимой вере в собственную экспертность в области языка, и далеко не всегда достоверных сведениях, поставляемых медиа. Экспертное знание, представление о котором в настоящее время и так чрезвычайно размыто, в области лингвистики практически отсутствует в медиапространстве. В качестве эксперта позиционирует себя каждый желающий: священник, социолог, политик, сам журналист и т. д. В этих обстоятельствах, казалось бы, должна вестись особенно аккуратная работа по популяризации научного знания и представлению новых лингвистических разработок. Однако, как показывает анализ дискурса, сформировавшегося вокруг новостей о выходе новых словарей, наблюдается обратная ситуация.

Не умея представить проблемное поле, над разработкой которого трудились лингвисты, цели, задачи и эмпирический материал лексикографического издания, подменяя всё это пустой игрой в слова, журналисты провоцируют волну возражения в качестве реакции на свои публикации. Возражение же принимает абсолютно деструктивные формы: оскорбление личности авторов словарей, дискредитация ценности филологического знания, уничтожение полученных научных результатов и т. п. В качестве характерных речевых средств возражения выступают инвективы, отрицательно окрашенная предикация, бранные слова и прочие ресурсы, не допустимые в научной коммуникации или и вовсе нарушающие нормы речевого этикета. В комментариях отчётливо прослеживается противопоставление «мы» (нормальные люди) – они («бесполезные» учёные), выраженное через местоимения, формы лица глаголов и антонимическую предикацию и атрибуцию. Таким образом происходит нарушение всех норм ведения дискуссии, принятых в научном дискурсе, блокируется развитие диалога, пресекается взаимодействие широкой общественности и представителей академической лингвистической науки. Средством преодоления возражения в этом случае видится разработка профессиональных речевых норм представления лингвистического знания.

ЛИТЕРАТУРА

- Арутюнова Н. Д.* Коммуникативная реакция на истинностное значение высказывания *другого* // Логический анализ языка: ассерция и негация. М.: Индрик, 2009. С. 5–10.
- Вальтер Х., Мокиенко В. М.* Словарь русских ковидных антипословиц-карантинок // Словарь русского языка коронавирусной эпохи. СПб.: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. С. 435–487.
- Дускаева Л. Р.* Гипермедиаекст новости // Медиалингвистика в терминах и понятиях: Словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 363–368.
- Дускаева Л. Р.* Диалогичность // Медиалингвистика в терминах и понятиях: Словарь-справочник / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 32–38.
- Дускаева Л. Р.* Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: Флинта, 2019.
- Дускаева Л. Р., Щеглова Е. А.* Восприятие комического текста-пранка в диалоге сетевого общения // Медиалингвистика. 2020. Т. 7. № 2. С. 238–249.
- Зализняк А. А.* Из заметок о любительской лингвистике. М.: Русский мир, 2009.
- Котелова Н. З.* Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов // Котелова Н. З. Избранные работы. СПб.: Нестор-История, 2015. С. 254–268.
- Крысин Л. П.* О русском языке наших дней // Изменяющийся языковой мир. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2002. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm>. Дата обращения: 12.09.2022.
- Плунгян В. А.* «Очень люблю отвечать на вопросы публики...» // Троицкий вариант». № 2(121). URL: https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431851/Ochen_lyublyu_otvechat_na_voprosy_publici. Дата обращения: 12.09.2022.
- Прокофьева Н. А., Щеглова Е. А.* Роль медиа в создании языка коронавирусной эпохи: эпидемия словотворчества // Русский язык коронавирусной эпохи / Под ред. М. Н. Приёмышевой. СПб.: Наука, 2021. С. 52–65.
- Словарь русского языка коронавирусной эпохи / Под ред. М. Н. Приёмышевой. СПб.: Институт лингвистических исследований РАН, 2021.
- Чернышёва М. И.* Новые академические словари и язык СМИ // Медиалингвистика. Вып. 9 / Науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Мальшев. СПб.: Медиалапир, 2022. С. 73–76.
- Щерба Л. В.* Опыт общей теории лексикографии. Основные типы словарей // Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. М: Наука, 1974. С. 265–304.
- Duskaeva L.* Speech etiquette in online communities: Medialinguistics analysis // Russian Journal of Linguistics. 2020. 24 (1). Pp. 56–79.
- Duskaeva L.* (Ed.). Speech Etiquette in Slavic Online Communities. Palgrave, 2021.

«Ваксеры» и «антиваксеры»: научно-популярный дискурс и конкуренция стратегий убеждения в агональной коммуникации

В данном разделе научно-популярный дискурс рассматривается в сопоставлении с другими стратегиями, использовавшимися в споре между сторонниками и противниками вакцинации от COVID-19. В агональной (состязательной) коммуникации сторонники вакцинации опирались преимущественно на рациональное начало и активно использовали научные данные для разъяснения необходимости вакцинации, в то время как противники вакцинации обращались к стратегиям, апеллирующим преимущественно к эмоциональному началу. Таким образом, в публичном споре об обязательной вакцинации научно-популярный дискурс стал использоваться в качестве стратегии воздействия, которая конкурировала с рядом других коммуникативных стратегий.

Ковидный дискурс: особенности и социальный контекст

Пандемия COVID-19 не только изменила жизненный уклад всего мира, но и породила новый опыт коммуникации: «Ковид стал тематической доминантой, объединившей медицинский, политический, экономический, рекламный, медийный, сетевой и обиходно-разговорный дискурсы...»³⁰⁹. Лингвисты, внимательно наблюдающие за языковыми изменениями, очень быстро среагировали на появление новых дискурсивных практик. В первую очередь объектом изучения стали метафорические модели, которые использовались для описания пандемии, вируса и способов борьбы с ним. Исследователи также обратили внимание на появление и распространение новой лексики, на то, как пользователи СМИ и соцсетей использовали неологизмы и юмор для психологической адаптации к новой ситуации³¹⁰. Анализируя пандемийный медиадискурс в 2020 году, В. И. Карасик выделил четыре группы сведений: «1) определение заболевания, его история и характеристики; 2) деятельность властей по борьбе с эпидемией; 3) прогнозы специалистов по развитию заболевания; 4) комментарии пользователей

³⁰⁹ Северская О. И. Ковидиоты на карантулах: коронавирусный словарь как диагностическое поле актуальных дискурсивных практик // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 4. С. 890.

³¹⁰ Данкова Н. С., Крехтунова Е. В. Репрезентация пандемии в СМИ: метафорический образ войны (на материале американских газет) // Научный диалог. 2020. № 8. С. 69–83; Карасик В. И. Эпидемия в зеркале медийного дискурса: факты, оценки, позиции // Политическая лингвистика. 2020. № 2(80). С. 25–34; Малькова В. К. Коронавирус в российском информационном пространстве // Вестник антропологии. 2020. № 2(50). С. 206–224.

интернета об этом вирусе»³¹¹. К этим тематическим группам в 2021 году добавилась еще одна – обсуждение необходимости и обязательности вакцинации. В определенный момент вопрос массовой вакцинации благодаря своей социальной важности обошел все остальные темы и стал ключевым: проблема решалась как на государственном, так и на личном уровне. В публичном медиапространстве обсуждались и продолжают обсуждаться качество вакцин, обязательность прививки и ее возможные последствия и т.д. Поскольку вакцинация стала политически и экономически значимым фактором, во многом определяющим дальнейшее существование мирового сообщества, в обсуждении этой темы приняли активное участие как представители медицины, так и медийные личности, а также рядовые граждане. В процессе дискуссии ее участники разделились на два противоборствующих лагеря – сторонников и противников вакцинации, что отразилось в появлении неологизмов «ваксеры» и «антиваксеры».

Потребность в изменении отношения к вакцинации у массовой аудитории оказалась настолько остра, что обсуждение темы обязательной вакцинации быстро приняло агональный характер: противоборствующие стороны выбрали разные стратегии и тактики, при том, что цель обеих сторон была одна – «сохранение либо изменение картины мира и системы ценностей в сознании получателей новостей»³¹².

Потребность превзойти оппонента ярко проявилась в дискуссии об обязательной вакцинации. Участниками дискуссии стали не только те, кто, пользуясь различными каналами коммуникации, открыто выражал свою точку зрения, но и широкая аудитория, на мнение которой стремились повлиять противоборствующие стороны. Необходимо отметить, что сторонники вакцинации использовали самые разные каналы: телевидение, интернет, уличную рекламу, в то время как противники вакцинации выражали свою точку зрения преимущественно на различных интернет-сайтах и в социальных сетях. Эксплицитная или имплицитная демонстрация превосходства собственной точки зрения – характерная черта спора сторонников и противников прививки. Каждая из сторон стремится интерпретировать факты таким образом, чтобы получить необходимый результат: целевая аудитория должна либо согласиться на вакцинацию (и тогда можно говорить о победе «ваксеров»), либо отказаться от нее (в этом случае побеждает точка зрения «антиваксеров»).

³¹¹ Карасик В. И. Эпидемия в зеркале медийного дискурса: факты, оценки, позиции // Политическая лингвистика. 2020. № 2(80). С. 25.

³¹² Карасик В. И. Языковое проявление личности. Волгоград, 2014. С. 204.

Поскольку дискуссия «ваксеров» и «антиваксеров» превратилась в своего рода состязание, для его описания далее удобным оказывается понятие *агональности*. Кратко остановимся на этом понятии и видах агонального (состязательного) дискурса.

Виды агональности в дискурсе

В современных исследованиях термином *агональность* (от греч. *ἀγων*) принято обозначать поведение, связанное с состязательностью, противоборством точек зрения. Й. Хейзинга, предложивший использовать термин «агональный инстинкт» для описания потребности человека в состязательных отношениях, писал: «В агональном инстинкте вовсе не в первую очередь мы имеем дело с жадной властью или волей к господству. Первичным здесь является страстное желание превзойти других, быть первым и в качестве такового удостоиться почестей»³¹³.

Агональность является неотъемлемым элементом любой культуры³¹⁴ и обязательной характеристикой таких разновидностей институционального дискурса, как судебный, рекламный, научный. Изучению состязательного аспекта и маркеров агональности в профессиональной научной коммуникации посвящен ряд работ³¹⁵.

Исследуя виды состязательного поведения в дискурсе, Е. И. Шейгал и В. В. Дешеева выделили следующие виды агональности:

- **конфронтативная агональность** – состязательная коммуникация, элементами которой являются открытая вербальная агрессия, демонстрация отрицательных эмоций и стремление к понижению статуса оппонента в ходе публичного скандала;
- **дискуссионная агональность**, основной целью которой является установление истины в процессе сопоставления различных точек зрения;
- **игровая агональность** – состязательная коммуникация с целью развлечения³¹⁶.

Как будет показано ниже, в обсуждении проблемы вакцинации сторонники прививки демонстрировали дискуссионную агональность, в то

³¹³ Хейзинга Й. *Homo Ludens*; Статьи по истории культуры. М., 1997. С. 35.

³¹⁴ Плетников В. В. Агональность как тип состязательности: характеристика и сущностные черты // Социум и власть. 2017. № 4(66). С. 114–121.

³¹⁵ Соловьянова Е. В. Агональность в академическом дискурсе. Дисс ... канд. филол. наук. Воронеж, 2021; Шилихина К. М. Состязательность в англоязычном научном дискурсе // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 2. С. 15–19; Nyland K. Options of Identity in Academic Writing // ELT Journal. 2002. Vol. 56/4. Pp. 351–358.

³¹⁶ Шейгал Е. И., Дешеева В. В. Агональность в коммуникации: структура понятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 34(172). Филология. Искусствоведение. Вып. 36. С. 145–148.

время как антипрививочники, как правило, были ориентированы на конфронтативную разновидность агональности.

Научно-популярный дискурс как основная стратегия «ваксеров»

Просветительская стратегия предполагает «представление объектов как результата заинтересованного познания его сторон в ходе наблюдений, оценки или логико-аналитического осмысления. Отражение самого хода познания – важная сторона информирования в публикациях»³¹⁷. Однако для того, чтобы аудитория восприняла точку зрения автора сообщения, сам автор должен восприниматься как достаточно авторитетное лицо, к чьему мнению стоит прислушаться и можно доверять. «Любое высказывание, любой фрагмент дискурсивного процесса, таким образом, имеет определенную “стоимость” на рынке лингвистических действий... Эта стоимость, во многом, определяется степенью авторитетности источника сообщения. В зависимости от того, кому принадлежит высказывание, из какого источника оно взято, мы склонны верить либо не верить ему, исполнять либо не исполнять действие и т. п.»³¹⁸. Именно поэтому в сообщениях так важны маркеры авторитетности – формы символического капитала, приобретенного ранее³¹⁹.

Научно-популярный дискурс также включает в себя маркеры авторитетности – без них сообщение может не быть воспринято как достоверное. Поэтому, представляя научное знание широкой аудитории, авторы стремятся продемонстрировать читателям собственный «социальный капитал», накопленный в науке.

В текстах, созданных сторонниками вакцинации, научно-популярный дискурс стал основной стратегией убеждения. Разъяснения проводились со ссылкой на научные исследования, а в качестве экспертов привлекались ученые и врачи. В текстах можно легко увидеть не только многочисленные маркеры авторитетности, цель которых – убедить аудиторию в достоверности сообщаемой информации, но и другие сигналы агональности.

Обратимся к примерам. Текст публикации «Топ-20 аргументов против вакцинации от ковида»³²⁰ начинается с представления специалиста, который комментирует наиболее популярные возражения против прививки (само по

³¹⁷ Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М., 2019. С. 211.

³¹⁸ Кашкин В. Б. Авторитетность как коммуникативная категория // Авторитетность и коммуникация: коллективная монография. Воронеж, 2008. С. 14.

³¹⁹ Там же.

³²⁰ Реальное время. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/231153-top-20-argumentov-protiv-vakcinacii-ot-kovida?ysclid=l4tnbwvdub891785544>.

себе обращение к аргументам оппонентов является сигналом агональной коммуникации):

Топ-20 аргументов против вакцинации от ковида

Против прививки от коронавируса по-прежнему выступает множество россиян. Свое мнение они аргументируют разными причинами. Александр Панчин, кандидат биологических наук, старший научный сотрудник сектора молекулярной эволюции ИППИ РАН, член Комиссии РАН по борьбе с лженаукой, лауреат премии «Просветитель» собрал в своем аккаунте в Facebook и в других социальных сетях 20 самых популярных аргументов против прививок и ответил на них с позиции доказательной науки.

В приведенном фрагменте присутствует несколько маркеров авторитетности: указание на место работы и должность (научный сотрудник известного научно-исследовательского института), ученую степень и заслуги исследователя, который поставил перед собой цель объяснить читателям необходимость вакцинации с научной точки зрения и развенчать антинаучные мифы о вакцинации.

Далее автор анализирует один из наиболее популярных мифов:

«Коронавируса не существует, вирус никто не выделил»

Биологические вирусы – это генетический материал в оболочке, передающийся от клетки к клетке. Коронавирус SARS-CoV-2 имеет уникальный набор генов, который прочитан, опубликован и лежит в свободном доступе. Перепутать его гены с генами какого-нибудь другого вируса невозможно. В лабораториях по всему миру ученые анализируют генетические последовательности вирусов инфицированных людей.

На сегодняшний день в международной базе данных GISAID находится 4 887 310 прочитанных геномов (совокупностей генов) коронавируса SARS-CoV-2. Каждое такое прочтение подтверждает существование вируса в конкретном пациенте без малейших сомнений. Ни для одного вируса нет такого количества генетических данных.

Основная цель комментария специалиста – разъяснить читателям реально существующее положение дел. Для этого он использует профессиональную терминологию (*геном, генетические последовательности, SARS-CoV-2*), упоминает лабораторные исследования и международную базу данных геномов, разъясняет некоторые термины (*геном – совокупность генов*). Автор не использует лексику с яркой коннотативной окраской, что позволяет говорить о том, что текст апеллирует к разуму, а не к эмоциям.

Сходным образом действует автор просветительского текста, представляющего собой описание существующих вакцин. Заголовок текста – вопрос «*Какие вакцины бывают?*» – создает ситуацию диалога, который инициирует человек, нуждающийся в достоверной информации:

Какие вакцины бывают?

«Спутник V»

Это векторная вакцина. Зарегистрирована в нескольких десятках стран, успешно прошла все стадии исследований. Вектор – это безопасный вирус. Он служит

своего рода транспортом для небольшой частички вируса, определенного белка, на который обычно реагирует иммунная система, выставляя защиту. Ее механизм формируется следующим образом: организм вырабатывает антитела, а также вызывает цитоксическую реакцию, когда клетки-киллеры Т-лимфоциты и К-клетки уничтожают мишени, в данном случае инфицированные клетки. В случае с вакциной «Спутник V» вектором служит аденовирус, лишенный гена размножения. По прошествии двух-трех недель он полностью исчезает из организма, а клетки, которые защищают организм, остаются. Подробнее о разработке вакцины мы уже писали...³²¹

Авторитетность ответа специалиста формируется несколькими способами: во-первых, активно используется терминология, при этом термины, которые могут быть новыми для читателя, разъясняются либо с помощью дефиниции, либо через метафору (клетки-киллеры). Во-вторых, текст начинается с упоминания о том, что вакцина является сертифицированной и прошла все необходимые испытания, что должно служить убедительным доказательством ее безопасности.

Приведенные фрагменты текстов стилистически нейтральны, их цель – убеждение через разъяснение. Авторы убеждают читателей в безопасности и эффективности вакцины и логически обосновывают необходимость вакцинации через опровержение аргументов противников прививки.

Обращение к эмоциональному началу в дискурсе «антиваксеров»

Если сторонники вакцинации обращаются к рациональному началу и используют логическую аргументацию, то противники создают свои сообщения в тональности, которую В. И. Карасик называет эзотерической (мистически ориентированной). При этом часто тексты внешне выглядят как разъяснительные и содержат те же маркеры авторитетности, что и научно-популярные тексты сторонников вакцинации. Рассмотрим несколько примеров.

Новое исследование, проведенное в Таиланде, показало, что из каждых 10 детей, получивших «прививку» от коронавируса (COVID-19), у троих в результате возникают проблемы с сердцем.

*Исследователи наблюдали за 301 учащимся из двух разных школ, всем в возрасте от 13 до 18 лет на момент инъекции. Всем учащимся была сделана инъекция **матричной РНК** (мРНК) Pfizer и BioNTech. У 29 процентов молодых людей в результате прививок были **повреждены сердечно-сосудистые заболевания**, включая учащенное сердцебиение, боль в груди и одышку³²².*

*У 54 из них были аномальные результаты электрокардиограммы, а у шести был **пролапс митрального клапана**, который клиника Майо описывает как заболевание сердечного клапана. Еще у шести развилось высокое кровяное давление, а у семи было диагностировано воспаление сердца.*

³²¹ РБК. URL: <https://style.rbc.ru/health/60d355809a79475320a14a6c?ysclid=l4tno67ow6527694334>.

³²² URL: https://t.me/anti_covid21/13433.

Как и тексты, агитирующие за массовую вакцинацию, данный фрагмент в качестве убеждающего аргумента содержит описание клинического исследования последствий вакцинации и содержит термины – названия вакцин и заболеваний. Однако уже с самого начала автор выражает свое негативное отношение к вакцинации, заключая слово *прививка* в кавычки. Цель текста – напугать читателей серьезным вредом прививки для здоровья, и, вызывая у людей соответствующие эмоции, убедить их отказаться от вакцинации. При этом легко заметить, что текст написан непрофессионалом: нарушена лексическая сочетаемость (*повреждены сердечно-сосудистые заболевания*), для некоторых заболеваний вместо терминов (*воспаление сердечной мышцы* или *миокардит*) автор использует «народное» название (*воспаление сердца*).

Одна из самых популярных стратегий противников вакцинации, которую можно условно назвать «от нас что-то скрывают», также направлена на то, чтобы вызвать у читателей страх и через негативные эмоции заставить людей отказаться от вакцинации:

Шокирующее, при этом документально подтвержденное заявление о том, что вакцины Covid-19 вызывают у детей, прозвучало из уст детского хирурга Василики Сулимановой из больницы Ларисы, которая, выступая перед аудиторией в Халкиде, рассказала **поистине леденящие душу факты**.

*Следует отметить: то, что она говорит сейчас, ранее рассказывалось в частном порядке многими врачами, по крайней мере, двумя детскими хирургами, которые боятся говорить об этом публично*³²³.

Текст содержит, с одной стороны, необходимые маркеры авторитетности (ссылка на мнение врачей), с другой стороны – лексику с отрицательной коннотацией, вызывающую негативные эмоции. Цель текста – вызвать ощущение недоверия к официально сообщаемой информации (*профессионалы знают правду, но их заставляют молчать*).

Следующий пример также использует стратегию «от нас что-то скрывают», при этом автор эксплицитно критикует действия властей, направленные на принудительную вакцинацию. Автор противопоставляет официальную точку зрения и «скрываемую правду», настаивая на абсурдности и антинаучности точки зрения сторонников вакцинации:

«Спутник V»: О чем молчат Роспотребнадзор и Минздрав

Сколько «побочек» у российской противовирусной вакцины, и как это связано с нано-частицами

Никто уже не скрывает, что программа вакцинации населения страны от «короны» провалена. Мне на эту тему приходится говорить и с медиками, и с

³²³ Афинские новости. URL: <https://rua.gr/news/koronavirus/50040-grecheskij-khirurg-vaktsiny-ot-covid-19-prevrashchayut-tkani-detej-v-zhele.html>.

гражданами, которых власти рассматривают в качестве объектов вакцинации. Честные и профессиональные медики пожимают плечами и говорят, что наш основной препарат «Спутник V» – «кот в мешке».

Главной причиной для такого заявления является то, что российские власти в лице Минздрава, Роспотребнадзора, оперативного штаба по борьбе с коронавирусом настаивают на том, что, мол, «Спутник V» и другие российские препараты являются абсолютно безопасными. Никаких негативов. Это полный абсурд, что понятно даже человеку, очень далекому от медицины. В учебниках по фармакологии, вирусологии, эпидемиологии и другим медицинским дисциплинам написано черным по белому: абсолютно безопасных вакцин нет и быть не может.

Власти об экспериментальном характере препаратов предпочитают помалкивать. И даже добиваются того, чтобы принудительно заставить людей прививаться. Хотя это можно расценивать как нарушение Конституции и многих законов Российской Федерации!

И до этого медики и просто сознательные граждане сомневались в том, что власти раскрыли полностью вакцинные «карты», т.е. состав «Спутника V» (равно как и других прививочных препаратов). Особенно люди волновались по поводу того, нет ли в отечественной вакцине каких-то компонентов, которые позволят с помощью специальных технических средств идентифицировать человека. Не станет ли вакцинация еще одним важным шагом в деле построения электронного концлагеря?³²⁴

Риторический вопрос, завершающий текст, – это пример того, как, помимо стратегии «от нас что-то скрывают», данный текст задействует еще одну популярную стратегию «антиваксеров» – отсылку к «теории заговора»: вакцинация – это скрытый способ установить контроль над человечеством в интересах небольшой группы людей. Фрагмент текста, приведенного ниже, раскрывает суть этой стратегии наиболее очевидным образом:

Биоробот из магнитной слизи (из графена и наночастиц) выполняет задачи внутри организма на модели.

Вот такие примерно «какашки» ползают в организме привитых, выстраивая электрические схемы и новую нервную систему.

Благодаря результатам 20 000 ЧАСОВ исследований учёных со всего мира мы получили неопровержимые доказательства того, что в прививке от чудо-вируса находятся МИКРОЧИПЫ, которые могут встраиваться в нервную систему человека, считывать и передавать сигналы мозга с помощью сети 5G³²⁵.

Для убеждения читателей в том, что вакцинация опасна, ее противники используют стратегию, по некоторым формальным признакам напоминающую научно-популярную коммуникацию. В тексте могут содержаться элементы, имитирующие научно-популярный текст: мнение врача или ученого, который обосновывает свою точку зрения, используя медицинские термины и псевдологическую аргументацию. Однако важное

³²⁴ URL: <https://svpressa.ru/blogs/article/314742/?ysclid=14uzbtw5m143612063>.

³²⁵ Против вакцинации. URL: <https://vk.com/event154108398>.

отличие заключается в том, что такие тексты не являются стилистически нейтральными. Вот пример:

Доктор медицинских наук Владислав Шафалинов считает мнение о том, что после вакцинации никто не умирает, «чушь».

«Это чушь. Мне бы в глаза человеку посмотреть, который это говорит. Да люди уже и так всё знают, им бесполезно лапшу на уши вешать. Конечно, и после вакцинации люди болеют, некоторые – очень тяжело, а кто-то и умирает», – пояснил Владислав Шафалинов.

В данном фрагменте указание на статус говорящего (доктор медицинских наук) соседствует с разговорной лексемой *чушь*, имеющей яркую коннотативную окраску. Эксперт отвергает официальную точку зрения и ссылается на общественное мнение как на авторитетный источник. Далее в качестве доказательства он привлекает свой собственный жизненный опыт:

Он также рассказал о своих знакомых, которым прививка, увы, не помогла.

– У меня несколько друзей, привитые, с хорошим титром антител. Мои ровесники, заболели и умерли от коронавирусной инфекции. Что мне думать про прививку в этой ситуации? – заключил доктор медицинских наук³²⁶.

Аргументы, которыми пользуется медик в данном случае, – это факты из его личного опыта, не относящиеся к профессиональной деятельности, которые, как он считает, позволяют сделать однозначный вывод о бесполезности и опасности прививки. Однако с их помощью можно воздействовать на эмоции читателей и убеждать их в том, что вакцинация приносит больше вреда, чем пользы.

Конкуренция стратегий в общественном дискурсе

Продемонстрированные примеры показывают разнообразие коммуникативных стратегий, которыми пользовались и продолжают пользоваться в споре сторонники и противники прививки от COVID-19. Все участники публичной дискуссии привлекают экспертное мнение, в текстах используется медицинская терминология, однако, как было показано выше, сторонники вакцинации чаще стремятся воздействовать на разум, а противники – на эмоции аудитории. Отметим, что, несмотря на активное привлечение научных данных и стремление популяризовать имеющееся знание о COVID-19, стратегия сторонников вакцинации далеко не всегда была эффективной: рациональная аргументация и (до определенного времени) минимальное обращение к эмоциональному началу не всегда эффективно воздействовали на аудиторию. Как только низкая эффективность

³²⁶ URL: https://tsargrad.tv/articles/pravdu-skryt-uzhe-ne-poluchitsja-kak-ne-stat-zhertvoj-ukola-smerti_384571?ysclid=l4toniug23622411076.

агитации за массовую вакцинацию стала очевидной, в крупных городах появились билборды с текстами, апеллирующими к эмоциям («*Сколько должно умереть, чтобы ты привился?*»).

Выводы

Данное исследование, носящее предварительный характер, позволяет сформулировать несколько проблем, связанных с функционированием научно-популярного дискурса в медийном пространстве.

Почему стратегия воздействия на эмоции оказывается более успешной по сравнению с логической аргументацией? Представляется, что одной из причин является коллективное недоверие к научному знанию, особенно если это знание используется официальными каналами распространения информации как инструмент воздействия на мнение массовой аудитории. Скепсис по отношению к излагаемым фактам и стремление их опровергнуть влечет за собой важный вопрос о социальной ценности научного знания в современном обществе.

Еще одна проблема, которую можно обозначить исходя из наблюдений над материалом, – это мимикрия псевдонаучного дискурса под научно-популярный. Аргументация в таких текстах по ряду формальных признаков похожа на научную, однако, как было указано выше, такие тексты не являются стилистически нейтральными. Это усиливает манипулятивный потенциал текста на аудиторию, что в ситуации эмоционального напряжения может стать решающим фактором в борьбе за общественное мнение.

ЛИТЕРАТУРА

- Данкова Н. С., Крехтунова Е. В.* Репрезентация пандемии в СМИ: метафорический образ войны (на материале американских газет) // Научный диалог. 2020. № 8. С. 69–83.
- Дускаева Л. Р.* Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: Флинта, 2019.
- Карасик В. И.* Языковое проявление личности. Волгоград: Парадигма, 2014.
- Карасик В. И.* Эпидемия в зеркале медийного дискурса: факты, оценки, позиции // Политическая лингвистика. 2020. № 2(80). С. 25–34.
- Кацкин В. Б.* Авторитетность как коммуникативная категория // Авторитетность и коммуникация: коллективная монография. Воронеж: Воронежский государственный университет; Издательский дом Алейниковых, 2008. С. 7–23.
- Малькова В. К.* Коронавирус в российском информационном пространстве // Вестник антропологии. 2020. № 2(50). С. 206–224.
- Плетников В. В.* Агональность как тип состязательности: характеристика и сущностные черты // Социум и власть. 2017. № 4(66). С. 114–121.
- Северская О. И.* Ковидиоты на карантинулах: коронавирусный словарь как диагностическое поле актуальных дискурсивных практик // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 4. С. 887–906.
- Соловьянова Е. В.* Агональность в академическом дискурсе. Дисс ... канд. филол. наук. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2021.

Хейзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры. М.: Прогресс – Традиция, 1997.

Шейгал Е. И., Дешевова В. В. Агональность в коммуникации: структура понятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 34(172). Филология. Искусствоведение. Вып. 36. С. 145–148.

Шилихина К. М. Состязательность в англоязычном научном дискурсе // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 2. С. 15–19.

Hyland K. Options of Identity in Academic Writing // ELT Journal. 2002. Vol. 56/4. Pp. 351–358.

Диалог-спор в научно-популярной коммуникации

(Серия «Язык в координатах массмедиа»)

Научный редактор *Л. Р. Дускаева*

Ответственный редактор *Ю. М. Коняева*

Подписано в печать 22.11.2022. Формат 60×84/16.

Печать цифровая.

Усл. печ. л. 11,50. Тираж 50. Заказ 154.

Выпущено ООО «Медиапапир»

с готового оригинал-макета, предоставленного авторами

194021, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 28, литера А,
помещ. 3-н, ком. 184, 185, 188, 192, 193, 194.

Тел.: (812) 987-75-26

mediapapir@gmail.com www.mediapapir.com www.mediapapir.ru