

RU

## Авторские стратегии популяризации в разножанровых научно-популярных текстах

Шевченко Ю. В.

**Аннотация.** Цель исследования - раскрыть авторские стратегии популяризации в рамках анализа текстов научно-популярной статьи, лекций и интервью. В статье рассматриваются коммуникативные стратегии и тактики в разножанровых текстах. Акцентируется внимание на различности актуализации тех или иных стратегий в зависимости от коммуникативного пространства анализируемых работ. В результате отмечено, что характерные особенности выявленных стратегий и тактик напрямую связаны с жанровым оформлением текста. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые на материале научно-популярного дискурса предпринята попытка сравнения реализаций стратегий и тактик в текстах, относящихся к различным жанрам, но принадлежащих одному автору.

EN

## Authorial Popularization Strategies in Popular Science Texts of Different Genres

Shevchenko Y. V.

**Abstract.** The aim of the article is to reveal authorial communication strategies of popularization on the basis of popular science articles, lectures and interviews case study. The article considers communication strategies and tactics in texts of different genres. Attention is focused on the difference in actualization of certain strategies depending on the communicative space of the analysed works. As a result, it is noted that the characteristic features of the identified strategies and tactics are directly related to the genre design of the text. The scientific originality of the study is determined by the fact that the work carried out on the basis of popular science discourse has a comparison of communication strategies and tactics implementation in texts of different genres belonging to the same author.

### Введение

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена интересом к изучению языкового оформления текстов научно-популярного дискурса в связи с особой значимостью, которую приобретают в информационной сфере публикации ученых с целью популяризации научных идей. Глобальные изменения в современном мире диктуют новые правила взаимодействия авторитетных исследователей с социальными кругами, которые больше не ограничены рамками научной аудитории, но в равной степени заинтересованы в получении актуальной информации от специалистов (Nichols, Petzold, 2021, с. 1). Это обстоятельство ставит перед исследователями проблему определения авторских предпочтений в выборе коммуникативных стратегий и тактик в зависимости от жанра дискурса.

Для выявления специфики коммуникативных стратегий популяризации в разножанровых научно-популярных текстах в исследовании решались следующие задачи: проанализировать разновидности жанров научно-популярного дискурса; определить ключевые стратегии популяризации, используемые в научно-популярных текстах; выявить особенности реализации авторских стратегий популяризации в разножанровых научно-популярных текстах.

Постановка задач определила методику исследования. Для анализа разновидностей жанров научно-популярного дискурса были использованы приемы выделения и типологизации формальных и содержательных особенностей текстов. Межжанровый характер исследования предполагает использование комплексной методологии дискурсивного анализа, включающей методы и приемы собственно лингвистического анализа, в том числе приемы лингвостилистического анализа жанров, используемые для выявления языковых особенностей текстов; социолингвистические методы, заключающиеся в соотнесении языковых фактов

с детерминирующими их экстралингвистическими факторами – предметной сферой, коммуникативными стратегиями и тактиками, характерными для каждого отдельного жанра.

Теоретической базой исследования послужили труды, посвященные проблеме жанровых разновидностей в языке (Силантьев, 2010; Тырыгина, 2009; Химик, 2014; Liebert, 2019), вопросам стратегий и тактик популяризации научных знаний (Арсеньева, 2013; Воронцова, 2013; Дивеева, 2015; Кобозева, 2011; Скорик, 2010; Нагиева, 2017).

Практическая значимость проведенного исследования состоит в возможности использования полученных результатов при создании текстов различных жанров в рамках научно-популярного дискурса. Анализ выявленных коммуникативных стратегий и тактик позволит авторам научно-популярных текстов взаимодействовать с читателем на более глубоком уровне, реализовывая те или иные авторские интенции. Кроме того, проведенное исследование предоставит возможность применения полученных результатов в вузах гуманитарного направления при изучении спецкурсов и спецсеминаров по теоретическому, практическому, сравнительному терминоведению. Полученные данные могут найти применение в процессе учебно-методической деятельности при подготовке теоретических курсов по стилистике, лингвистике текста, теории дискурса.

## Основная часть

В отечественной и европейской традиции выделяется ряд функциональных стилей, среди которых научно-популярный выступает подстилем научного, обладая частными экстралингвистическими и стилистическими особенностями, зависящими напрямую от природы жанра (Стилистический энциклопедический словарь..., 2011, с. 146). Жанр рассматривается как исторически сложившийся, определенный вид произведения, представляющий собой единство свойств, формы и содержания (Жеребило, 2010, с. 157). Определяя категорию жанра как отдельный тип высказывания в сфере заданного дискурса, И. В. Силантьев (2010, с. 80-81) выделяет коммуникативные и текстуальные признаки данной категории. Коммуникативные признаки жанра, по мнению ученого, делятся на интенциональную и конвенциональную составляющие, где первая несет в себе базовые интенции высказывания, а вторая представляет собой тесную связь с ролевой составляющей того или иного дискурса. Текстуальные жанровые признаки определяют структуру и композицию текста, играя особую роль в рамках дискурса. В. А. Тырыгина (2009, с. 69) также отмечает наличие тесной связи между дискурсом и жанровым оформлением текста, где жанр, по ее мнению, является ключевой характеристикой самого дискурса. Кроме того, ученый указывает на такую важную особенность жанров, как способность стереотипизировать коммуникативные ситуации с целью более эффективного и оптимального донесения интенций адресанта. В Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка (2011, с. 352-353) понятие жанра трактуется как определенный тип высказывания или текста, который характеризуется устойчивым тематическим, композиционным и стилистическим оформлением, выступая единицей общения в рамках конкретной культурной формы.

Проблематика настоящего исследования требует определения жанровой специфики научно-популярных произведений и ее места в жанрово-стилевой парадигме научного дискурса. Обзор теоретической литературы позволяет заключить, что научно-популярные жанровые разновидности соответствуют многим жанрам научных текстов: статья, очерк, монография, энциклопедия, словарь. К приведенному списку можно также добавить такой письменный жанр, как научно-популярная книга, которая является одной из важнейших форм научного общения. Книжки, повествование которых изложено в рамках научно-популярного дискурса, могут быть написаны как самими учеными, так и профессиональными посредниками, однако это не влияет на ключевые характеристики данного жанра, которые заключаются в использовании лингвистических средств, сочетающих в себе научную точность и художественную выразительность (Liebert, 2019, с. 414).

Добавление в название слова «научно-популярный» свидетельствует о том, что построенные по схемам классических жанров тексты трансформированы и имеют свою специфику со стороны содержания и формы изложения (Баринаева, 2012, с. 122). Так, если обратиться к ключевым свойствам научно-популярной статьи, то среди них отмечаются ее компактность, гармоничное сочетание теоретических размышлений, средств выразительности и профессиональной терминологии, использование которой нацелено на детальное отображение определенного научного знания (Del Moro, 2019, с. 137).

Среди форм популяризации научных знаний особое место занимают интервью, беседа и диалог, вызывающий особенный интерес среди читателей, так как он выступает самой значимой формой коммуникации между субъектами общения (Романов, 2015, с. 30). Ученый, желающий донести научные знания до общественности посредством интервью, излагает свои идеи в общедоступной форме, не устанавливая дидактических задач, а лишь стремясь донести информацию о новых научных открытиях или событиях в научной среде, что подтверждает отнесенность данного жанра к произведениям научно-популярной литературы (Баринаева, 2012, с. 123).

Еще одним значимым жанром современного научно-популярного дискурса выступает лекция. Данная форма передачи информации, как и интервью, является риторическим дискурсогенным жанром, который реализуется в реальной коммуникации (Викторова, 2019, с. 254). Публичная лекция рассматривается как речевое произведение, адресованное массовой аудитории и отличающееся сочетанием интеллектуализированного и упрощенного способов подачи научной информации (Нагиева, 2017, с. 11). Отмечается высокая популярность и эффективность коммуникации в рамках жанра интернет-лекции как среди популяризаторов науки, так и среди массовой аудитории, что связано с гармоничным сочетанием содержательности и увлекательности формы трансляции нового знания (Матяшевская, 2020, с. 238).

Перечисленные жанры свидетельствуют о разнообразии возможностей популяризации науки – приобщения широких масс к научным знаниям в доступной форме и для формирования образа науки в общественном сознании (Дивеева, 2015, с. 8). Выбор жанровой формы зависит от целей популяризации – информирования, разъяснения или обучения (Барина, 2012, с. 122), что, безусловно, влияет на использование тех или иных коммуникативных стратегий и тактик.

Анализ теоретической литературы, содержащей исследования коммуникативных стратегий научно-популярного дискурса, позволяет отнести к стратегиям и тактикам популяризации такие, которые направлены на повышение доступности изложения и построение убеждающего дискурса (Сухая, 2012, с. 213). Таким требованиям, на наш взгляд, отвечают стратегии, предполагающие использование приемов снижения категоричности, авторизации, экземплификации, диалогизации, эмоционализации (Сухая, 2012, с. 213-216); экспликации и упрощения (Воронцова, 2013, с. 27-28); тактик коммуникативного равенства и апелляции к личному опыту (Арсеньева, 2013, с. 7; Нагиева, 2017, с. 21). Особое место занимает риторическая, или интеррогативная стратегия, направленная на привлечение вопросительного высказывания для введения в тему или представления научной проблемы (Витязева, 2016, с. 7; Кобозева, 2011, с. 7).

Обратимся к результатам анализа разножанровых научно-популярных текстов, принадлежащих известному отечественному ученому, – Татьяне Владимировне Черниговской, профессору, доктору биологических и филологических наук, директору Института когнитивных исследований СПбГУ, член-корреспонденту Российской академии образования, автору многочисленных научных трудов в области когнитивных наук – психолингвистики, нейропсихологии и нейрофизиологии, а также цикла публичных лекций о деятельности мозга. Материалом исследования послужили тексты научно-популярной статьи (Черниговская, 2013), зафиксированные в письменной форме интервью (Черниговская, 2010; 2020) и публичные лекции (Черниговская, 2001; 2008).

Несмотря на свои специфические характеристики, тексты научно-популярного дискурса обнаруживают использование сходных с научным дискурсом коммуникативных стратегий и тактик. Так, стратегии аргументации и убеждения, изначально присущие текстам научного стиля, встречаются в научно-популярной литературе, способствуя уточнению или развитию гипотез, а также утверждению истинности и значимости убеждений ученого (Покотыло, 2017, с. 172). Стратегия аргументации реализуется посредством тактик цитирования и апелляции к авторитетному мнению. Т. В. Черниговская (2013) неоднократно прибегает к использованию стратегии обращения к авторитетному источнику, при этом тактики и средства ее реализации отличаются в зависимости от жанра текста. В научно-популярной статье содержится значительное количество цитат и ссылок:

*Провидчески десятилетия назад это уловил Иосиф Бродский: «...верх возьмут телепаты, буддисты, спириты, препараты, фрейдисты, неврологи, психопаты... Душу затянут большой вуалью. Объединят нас сплошной спиралью. Воткнут в розетку с этил-моралью. Речь освободят от глагола».*

*В этой связи нужно вспомнить Александра Пятигорского и Мераба Мамардашвили... а также Владимира Зинченко... которые прямо говорили, что бытие и сознание представляют собой континуум и что мышление и существование совпадают.*

В проанализированных текстах публичной лекции и интервью ученого прямое цитирование встречается редко, присутствуют указания на авторитетное лицо или информационные источники (Черниговская, 2008; 2010):

*Наконец, можно вспомнить замечательную статью Чалмерса, которая в русском переводе называется «Почему информационные процессы не идут в темноте?». То есть без внешней среды.*

*Хомский считает, что произошла макромутация, то есть взрыв, который привел к возникновению языка. Стивен Пинкер с некоторых пор занимает другую позицию.*

*В 2001 году в журнале “Nature” была опубликована статья одного из самых знаменитых психолингвистов Стивена Пинкера, автора книги «Языковой инстинкт».*

*Недавно московский физиолог, профессор Константин Анохин показал, что поломка еще одного из генов (FOXB1) ведет к поражению кратковременной памяти, что тоже отражается на речевых функциях, например на чтении.*

Обращают на себя внимание формы апеллирования к авторитетному мнению. Автор предпочитает указывать имя и фамилию или только фамилии ученых, на исследования которых ссылается в ходе своего повествования. Такой прием способствует снижению степени официальности коммуникативного пространства, придавая речи нейтрально-обиходную окраску (Химик, 2014, с. 59). Отметим, что текст интервью для информационного агентства Интер/факс (Черниговская, 2020) отличается отсутствием цитирования и обращения автора к работам известных ученых. Как считает О. А. Жумаева (2014, с. 15), одним из основополагающих признаков интервью выступает характеристика интервьюируемого, который зачастую представляет собой общественно значимую фигуру. Целью диалога участников коммуникации выступает знакомство адресата с позицией и личным мнением адресанта по тому или иному вопросу, что обуславливает отсутствие упоминаний о каких-либо других значимых личностях в ходе общения субъектов речевого взаимодействия.

Особого внимания заслуживает рассмотрение актуализации средств выражения авторского присутствия в исследуемых текстах. Примерами реализации данной коммуникативной стратегии выступает активное использование местоимения я в анализируемых работах:

*Иными словами, как я бы это прокомментировала...*

*Так, например, я ничего не говорила о роли правого и левого полушарий...*

*Я склонна считать, что показанное в нейрофизиологических экспериментах опережение мозгом сознания ставит под сомнение наличие свободы воли разве что у Minimal Self и никак не затрагивает Extended Self.*

Наблюдается наиболее частое употребление местоимения я в ходе устного интервью (зафиксированного в письменном виде). Т. В. Черниговская подробно рассказывает о себе, своем личном жизненном опыте, об отношении к тем или иным дискуссионным вопросам: *когда я работала, я не соглашусь никогда, я подумала, я не вижу другого пути, я знаю и т.д.*

Тактика апелляции к личному опыту проявляется также в текстах лекций, о чем свидетельствуют следующие высказывания:

*Из всего, что я слышу в последнее время, приходится сделать вывод, что без серьезной смены парадигмы этот провал в объяснении не будет преодолен.*

*Я постоянно вижу множество людей, которые к никакой рефлексии не способны. Этим, конечно, не обладают дети. Но и взрослые тоже. Так что рефлексия не всегда есть.*

Следует отметить активное употребление в анализируемых текстах личных местоимений первого и второго лица множественного числа, которые выполняют разные коммуникативные функции. Так, местоимение *мы* может использоваться как авторское «мы» вместо «я»:

*Сегодня **мы** коснемся общих положений...*

***Мы** бесконечно искали в библиотеках какие-то журналы и найти их было невозможно.*

В следующем случае местоимение *мы* интерпретируется как «научное сообщество, ученые»:

***Мы** пока не понимаем, что вдруг позволило мозгу внезапно стать несравненно более эффективным...*

*...обучая искусственные нейронные сети, мы узнаем не то, как действует мозг, а то, как происходит обучение! Точно так же, как, обучая приматов человеческому жестовому языку, мы выясняем лишь, до каких пределов их можно доучить, – не более того.*

Также *мы* означает «я и вы», «мы с вами», т.е. реализуется тактика коммуникативного равенства:

*Здесь **мы** сталкиваемся с парадоксом: мозг находится в мире, а мир находится в мозгу.*

***Мы** знаем, что генетически предопределена только общая архитектура мозга, включая и межнейронные связи.*

Местоимение *мы* может выступать и в значении «мы, люди», о чем свидетельствует контекст повествования:

*...**мы** не только осознающие, мы еще осознаем, что осознаем...*

***Мы** видим только то, что знаем.*

*Дальше возникает вопрос, кто кому подчиняется? **Мы** мозгу, или мозг **нам**?*

*У **нас** мощнейшая нейронная сеть, отчасти она **нам** подчиняется...*

Характерной чертой научно-популярного дискурса является диалогизация, которая выражается посредством тактики адресации (Скорик, 2010, с. 14). Языковым средством реализации адресации в анализируемых текстах выступает в первую очередь местоимение второго лица *вы*:

*...как **вам** хорошо известно...*

*...**вы** найдете, по крайней мере, три работы, имеющие отношение к обсуждаемым нами проблемам...*

*Когда **вы** решаете какую-то трудную задачу...*

*Это не только нейронная сеть, но и вся та культура, которая легла в нейронную сеть (если **вы** учились...).*

Используемые ученым глаголы в форме повелительного наклонения выполняют контактоустанавливающую функцию или функцию привлечения внимания:

*Давайте вспомним о механизмах памяти и обучения в процессе развития человека.*

*Давайте посмотрим, что умеют совсем далекие от нас виды.*

*Вернемся к вопросам, поставленным в начале...*

*Хебб, крупнейший специалист по мозгу, предлагает называть нейрофизиологические структуры компетентными, расшифровывая аббревиатуру CNS. Согласитесь, это довольно страшное слово.*

*Заметьте, что язык здесь помещен под глазом...*

Особую роль в организации диалогового общения приобретает прием постановки вопроса. Т. В. Черниговская активно использует риторические вопросы:

*А можем ли мы мозгу доверять? Вопрос, который по-прежнему никуда не уходит...*

*Как тогда быть с маленькими детьми? С высокоразвитыми, но не говорящими существами?*

*А можем ли мы мозгу доверять?*

*Правда, тут возникает вопрос, что такое «хорошее»? Кто судья?*

Использование данного приема в тексте статьи дает возможность ученому создать иллюзию живого общения с читателем. Риторические вопросы выступают текстуальным «голосом» автора и эксплицируют тактику вовлечения адресата в коммуникативный акт (Nyland, 2011, с. 197). В интервью риторический вопрос играет немаловажную роль, выступая косвенной просьбой адресата принять выраженную в вопросе идею в качестве отправной точки для дальнейшего рассуждения. Риторический вопрос является способом приглашения адресата к последующему самостоятельному анализу или совместному с адресантом рассмотрению спорного вопроса (Лазарев, Гордиенко, 2015, с. 119). Тактика использования риторических вопросов заключается в постановке проблемы адресантом и может включать этап совместного обсуждения вопроса, что выражается в обращении к адресату с помощью местоимения «вы», а затем местоимения «мы», создающего, как отмечалось выше, эффект равенства позиций адресанта и адресата (Витязева, 2016, с. 7).

Характерными для анализируемых текстов чертами являются вопросно-ответные комплексы, которые указывают на стремление ученого вслед за постановкой вопроса представить свое видение ответа на него:

*Центральная проблема сознания – как субъективные переживания порождаются физическими явлениями? <...> Мы видим только то, что знаем. Образы и представления – не копия и даже не сумма физических сигналов, поступающих на наши рецепторы. Их строит наш мозг.*

*Может ли компьютер моделировать юмор? Все, что он может, – требует алгоритма, или сценария, или перестановок. Можно ли таким способом породить смешное, то есть неожиданное? Скорее нет, чем да, но если и да, то что-то простое...*

*А может, инстинкты тут ни при чем? Все дело в воспитании, идеологии, нравственных ориентирах? Пока это едва ли объяснимо.*

*Ведь что такое норма? Норма – это то, о чем мы с вами договорились...*

Учитывая, что адресат не обладает достаточными фоновыми знаниями о транслируемой научной информации, основными тактиками презентации специальных знаний являются объяснение и упрощение. Тактика объяснения реализуется, в частности, при интерпретации или уточнении содержания термина путем использования общедоступной языковой формы, а также употребления сравнений или метафор (Воронцова, 2013, с. 27-28). В анализируемых текстах прием объяснения терминов или понятий имеет разные формы, включающие как расшифровку термина, перевод (в случае с иноязычными терминами), так и использование бытового примера:

*А мелкие решения связываются с т.н. «самостью». А она определяется как транспарентность тела, или духовного и телесного и человеке.*

*Субъективная реальность, qualia, или феноменальное сознание, – едва ли не главная тема в этих дискуссиях.*

*...дефолтное состояние мозга. Дефолт здесь имеется в виду не в экономическом смысле, а когда мозг работает по инструкции «поступай так, если нет других указаний».*

*Собственно, если человек настойчиво использует один и тот же маршрут при ментальных операциях, то это говорит о его эпилептоидности (когда тапочки должны стоять только параллельно).*

Исследуемые жанры допускают широкое применение образных средств. Такой прием характерен для авторских стратегий Т. В. Черниговской:

*Еще одна вещь, которая меня расстраивает в связи с мозгом, – это его самодостаточность. Он делает, что хочет.*

*И ведь мозг ведет (с кем-то) диалог... А кто с кем говорит («не ходила бы ты туда...»)?*

*Похоже, что тексты нейронной сети читает сама нейронная сеть, в которую мы попались или которой, возможно, являемся...*

*Если напирать на мозг, он откажется. Для популярности можно назвать это ленью. Лень – хорошая вещь. Если бы не тошно было коромыслом воду носить, то так бы и носили.*

*Я прочла много книг, говорила с несколькими специалистами. Информация лежит во мне в качестве стога сена, и я думаю, она должна как-то сформироваться.*

Особое место среди авторских приемов Т. В. Черниговской занимает ирония, способствующая осуществлению тактики эмоционализации:

*Было объявлено, что ген грамматики найден! Если он найден, то мы закрываем Нобелевский комитет, поскольку все нобелевские премии мы отдаем этому человеку.*

*Он отражает тот романтический период в истории науки, когда еще казалось, что мозг можно описать по качествам и адресам.*

*...электронные схемы демонстрируют высокую точность синхронизации и обработки инструкций, что ни в коей мере не свойственно нейронам. И что? – А ничего. Пока не видно ни Паскалей, ни Леонардо, ни Шопенгауэров.*

Еще одной составляющей эмоционального взаимодействия с аудиторией выступает оценка говорящим интерпретируемой информации. Следует отметить наиболее частое употребление ученым наречия *очень*, которое выступает лексической единицей, наделенной эмотивной функцией:

**Очень важная** идея была высказана Виготским относительно проблемы локализации психических функций.

То, что такой крупнейший филолог, как Якобсон, обращается к вопросам патологии речи, **очень показательно.**

**Отдельный интерес** представляют взгляды Щербы на проблему языка и мышления.

Щерба высказывает и еще одно **очень глубокое** замечание.

**Очень вероятно.**

Это не значит, что он спит, это такое особое состояние, **очень важное.**

Это **очень серьезный** вопрос.

*Их **очень плохо** готовят, но где взять тех, кто сможет готовить? Это не теоретический вопрос, потому что **очень важно** понять, как их готовить.*

*Очень* относится к словам, эмотивная семантика которых стремится к самовыражению, но, не имея связи с конкретным денотатом, в разных случаях употребления выражает как положительную, так и отрицательную оценку (Кустова, 2019, с. 4).

Следует добавить, что приемами упрощения выступают парцелляция и расширенный повтор, которые встречаются в основном в текстах лекций ученого:

*Память имеет адрес. И одновременно не имеет.*

*И действительно, в этих семьях ген поломан. Там кто говорить не может, у кого заикание и т.д. Именно фокусы с языком. Здесь тоже все сложно.*

*Осознание себя. Все это есть у приматов. Это понятно.*

*Компьютер всегда имеет адрес объекта. Мозг – нет.*

Данный способ коммуникативно-стилистической организации текста способствует усиленному интеллектуальному воздействию на реципиента, обращая его внимание на ключевые мысли и идеи адресата.

## Заключение

Проведенный анализ стратегий популяризации, реализуемых Т. В. Черниговской в разножанровых текстах научно-популярного дискурса, позволяет сделать следующие выводы.

Отличительные особенности выявленных коммуникативных стратегий и тактик, используемых ученым, тесно связаны с разновидностями жанров, к которым относятся анализируемые тексты. Научно-популярная статья в большей степени отражает первостепенность стратегии аргументации, которая проявляется в реализации тактик цитирования, а также в доминировании научной терминологии. Тексты лекций и интервью включают апелляции к авторитетному мнению или информационным источникам, в основном без прямого цитирования. Их также отличает стремление ученого использовать более широко тактики экспликации, экземплификации и эмоционализации.

Характерная для стратегии популяризации направленность на ознакомление адресата с его субъективным мнением и позицией относительно дискуссионного вопроса у Т. В. Черниговской проявляется в использовании во всех проанализированных текстах авторского «я», апелляции к личному опыту, приемов комментирования и оценивания, в том числе с помощью языковых средств образности и иронии.

В реализации тактик, направленных на удержание внимания адресата, на привлечение его к участию в совместном обсуждении научной темы или проблемы, в текстах всех рассмотренных жанров у ученого наблюдается тенденция к достижению диалога с аудиторией путем активного применения риторических вопросов и вопросно-ответных комплексов, а также глаголов в форме повелительного наклонения, формирующих ситуации коммуникативного равенства адресанта и адресата.

Дальнейшие исследования реализации различных коммуникативных стратегий и тактик в рамках научно-популярного дискурса предоставят возможность идентифицировать и проанализировать большее количество стратегий, а также установить тактико-стратегические интенции авторов, применяющих их в своих трудах.

## Источники | References

1. Арсеньева Т. Е. Коммуникативные стратегии и тактики просветительского радиодискурса (на материале программы «Говорим по-русски»): автореф. дисс. ... к. филол. н. Томск, 2013.
2. Баринаева Е. Е. Научно-популярная литература в классификации жанров (теоретический и исторический аспекты) // Сибирский филологический журнал. Серия «Языкознание и литературоведение». 2012. № 3.
3. Викторова Е. Ю. Дискурсивно-прагматическая специфика жанра лекции TED talk (сквозь призму функционирования в ней дискурсивов) // Жанры речи. 2019. № 4 (24).
4. Витязева Ю. А. Коммуникативная стратегия «Привлечение и удержание внимания» в медиадискурсе на примере научно-популярного сериала // Вестник Томского государственного университета. 2016. № 403.
5. Воронцова Т. А. Стратегии и тактики презентации специальных знаний в научно-популярном дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология. Искусствоведение». 2013. № 37 (328). Вып. 86.
6. Дивеева Н. В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений: автореф. дисс. ... к. филол. н. Воронеж, 2015.
7. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010.
8. Жумаева О. А. Роль адресата в многомерном процессе коммуникации (на материале жанра интервью) // Издательство Саратовского университета. Серия «Филология. Журналистика». 2014. Т. 14. Вып. 2.
9. Кобозева М. А. Когнитивные и речевые стратегии ввода темы в научно-популярном дискурсе: автореф. дисс. ... к. филол. н. Ставрополь, 2011.
10. Кустова Е. Ю. «И смех, и слезы, и любовь» интеракционного дискурса // Studia universitatis moldaviae. 2019. № 10 (130).
11. Лазарев В. А., Гордиенко Д. Я. Cognitive Peculiarities of Author's Presenting the Argumentative Model in the Scientific Text // Гуманитарные и социальные науки. 2015. № 6.
12. Матяшевская А. И. Интернет-лекция как особый жанр // Жанры речи. 2020. № 3 (27).
13. Нагиева Е. Б. Речевая организация текста публичной лекции (на материале телевизионного цикла Academia): автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2017.
14. Покотыло М. В. Коммуникативные стратегии в научном дискурсе: функционально-прагматический потенциал и специфика реализации // Гуманитарные и социальные науки. 2017. № 2.
15. Романов Д. А. Научно-популярная литература: вчера, сегодня, завтра // Время науки. 2015. № 4.
16. Силантьев И. В. Дискурс и жанр // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «История, филология». 2010. Т. 9. Вып. 6. Журналистика.
17. Скорик К. В. Диалогизация художественного текста: типы и способы ее актуализации в англоязычной речи: автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2010.
18. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта, 2011.
19. Сухая Е. В. Дискурсивные стратегии популяризации научного знания // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия «Языкознание». 2012. Вып. 6 (639). Дискурс как социальная деятельность: приоритеты и перспективы.

20. Тырыгина В. А. К основаниям жанра // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2009. № 3 (11).
21. Химик В. В. Русская разговорно-обиходная речь в лексикографическом представлении // Филологический класс. 2014. № 1 (35).
22. Черниговская Т. В. В поисках «грамматического» гена // Наука и жизнь. 2010. № 6. URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/18116>
23. Черниговская Т. В. К мозгу надо относиться с уважением, он умнее нас: интервью Интерфакс. 2020. URL: <https://www.interfax-russia.ru/northwest/exclusives/uchenyy-neyrologist-b-tatyana-chernigovskaya-b-k-mozgu-nado-otnositsya-s-uvazheniem-on-umnее-nas>
24. Черниговская Т. В. Психо- и нейролингвистика: текст лекции. 2001. URL: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/503/38503/16301>
25. Черниговская Т. В. Это не я - это мой мозг... Опасные времена для человеческого в человеке // Отечественные записки. 2013. № 1 (52). URL: <https://strana-oz.ru/2013/1/eto-ne-ya---eto-moy-mozg>
26. Черниговская Т. В. Язык и сознание: что делает нас людьми? Публичная лекция. 2008. URL: <http://www.polit.ru/lectures/2008/12/24/langmind.html>
27. Del Moro F. Le varie fasi di revisione del testo applicate alla traduzione della saggistica divulgativa // Lingue Culture Mediazioni. Languages Cultures Mediation. 2019. № 6.
28. Hyland K. Disciplines and Discourses: Social Interactions in the Construction of Knowledge // Writing in Knowledge Societies / ed. by D. Starke-Meyerring, A. Paré, N. Artemeva, M. Horne, L. Yousoubova. Fort Collins - Anderson: The WAC Clearinghouse; Parlor Press, 2011.
29. Liebert W.-A. Communicative Strategies of Popularization of Science (Including Science Exhibitions, Museums, Magazines) // Science Communication / ed. by A. Leßmöllmann, M. Dascal, Th. Gloning. Boston - Berlin, 2019.
30. Nichols M. D., Petzold A. M. A Crisis of Authority in Scientific Discourse // Cultural Studies of Science Education. 2021. Vol. 16. Iss. 2.

#### Информация об авторах | Author information



Шевченко Юлия Владимировна<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Нижневартровский государственный университет



Shevchenko Yuliya Vladimirovna<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Nizhnevartovsk State University

<sup>1</sup> [ygolodova@mail.ru](mailto:ygolodova@mail.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 28.01.2022; опубликовано (published): 31.03.2022.

**Ключевые слова (keywords):** научно-популярный дискурс; жанры текста; стратегии популяризации; коммуникативные тактики; коммуникативные приемы; popular science discourse; text genres; popularization strategies; communicative tactics; communication techniques.